La place de la chanson à la télévision québécoise

Étude réalisée pour le

Groupe de travail sur la chanson

par Michel Houle, consultant

Industries culturelles et communications

Mai 1998

SODEC

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT
DES ENTREPRISES CULTURELLES

Québec

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION 2
   1.1 Mandat 2
   1.2 Démarche 2
   1.3 Remerciements 3

2. BREF HISTORIQUE 5
   2.1 Les années 1960 5
   2.2 Les années 1970 7
   2.3 Les années 1980 8

3. ÉMISSIONS CONSACRÉES À LA CHANSON/MUSIQUE (1993/1998) 12
   3.1 Émissions *principalement* et *accessoirement* consacrées à la chanson/musique 16
   3.2 Télévision *hertzienne* et télévision *spécialisée* 22

4. POINTS DE VUE ET PROSPECTIVE 26
   4.1 La « crise des variétés », symptômes et causes 26
   4.2 Le cas particulier de MusiquePlus et de MusiMax 30
   4.3 L'industrie de la musique vue par l'industrie de la télévision 33
   4.4 Nouveaux projets et pistes de solution 36

ANNEXE 1 : Liste des émissions consacrées à la chanson/musique diffusées à la télévision québécoise de langue française du 1er septembre 1992 au 31 août 1998 43

ANNEXE 2 : Données chiffrées ayant servi à l'élaboration des graphes illustrant le chapitre 3 66

INTRODUCTION

1.1 Mandat

La présente étude, financée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) et la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), a été commandée par le *Groupe de travail sur la chanson*, créé par la ministre de la Culture et des Communications du Québec, madame Louise Beaudoin, et présidé par monsieur Pierre Lampron.

Le mandat de recherche proposé par le *Groupe de travail sur la chanson* est le suivant :

La chanson québécoise à la télévision : décrire la place actuelle de la chanson dans la programmation des télévisions au Québec - chaînes conventionnelles et spécialisées. Quels sont les changements observés au cours des dernières années. Sur la base d'une enquête auprès des responsables de la programmation des chaînes, décrire les politiques en vigueur et les fondements de leur évolution au cours des années.

1.2 Démarche

Pour réaliser ce mandat, nous avons procédé à trois démarches en parallèle.

Premièrement, nous avons procédé à un rapide survol de l'évolution de la chanson québécoise et du système de radiodiffusion de langue française au cours des années 1960, 1970 et 1980, de façon à cerner d'où l'on vient et ainsi mieux apprécier les changements qui sont survenus au cours des dernières années. On retrouve ce bref historique au chapitre 2.

Deuxièmement, nous avons demandé aux diffuseurs québécois de langue française susceptibles de diffuser des émissions consacrées à la chanson ou à la musique, dont la liste apparaît ci-après :

Société Radio-Canada
Groupe TVA
Télévision Quatre Saisons
Télé-Québec
MusiquePlus
MusiMax
Canal D
TV5
Super Écran
Canal Indigo

de nous fournir une liste de toutes les *émissions originales canadiennes* consacrées en tout ou en partie à la chanson/musique qui ont été diffusées à leur antenne de 1992-93 à 1997-98.[1]

Les données ainsi recueillies nous ont permis de dresser un portrait relativement détaillé de l'évolution de la place de la chanson/musique à la télévision québécoise de langue française depuis les six (6) dernières années. Portrait qu'on retrouve au chapitre 3 de la présente étude.

Troisièmement, nous avons rencontré les responsables de la programmation des dix (10) diffuseurs mentionnés plus haut, pour discuter plus avant des tendances qui se dégagent des données quantitatives recueillies, de l'évolution de leurs pratiques et politiques en matière d'émissions consacrées à la chanson, de ce que leurs données d'auditoire et études de marché révèlent des attentes du public québécois et du potentiel d'attrait de ces émissions, des éventuels obstacles ou contraintes susceptibles de gêner le financement ou la diffusion de ces émissions et, bien sûr, de leurs projets à court terme en la matière. Les propos recueillis lors de ces entrevues constituent la matière du chapitre 4 de la présente étude.

1.3 Remerciements

Nous tenons à remercier tout particulièrement les responsables de la programmation des télédiffuseurs québécois, pour leur collaboration pleine et entière. Ils nous ont fourni avec diligence les informations demandées sur leur programmation et ont tous accepté de nous rencontrer pour discuter plus avant et souvent avec passion de la place de la chanson à la télévision québécoise.

Le *Groupe de travail sur la chanson* nous a également confié un mandat de recherche visant à décrire le rôle qu'exerce la radio comme instrument de diffusion, de promotion et de commercialisation de la chanson. Ce qui nous a conduit à rencontrer plusieurs responsables de la programmation de stations de radio commerciales, publiques, communautaires et de campus. Le *Groupe de travail* a également souhaité que nous rencontrions des membres de l'industrie de la musique (producteurs, distributeurs, agents), des artistes (auteurs, compositeurs, interprètes), des programmateurs de salles de spectacles et de festivals, des dirigeants d'association, spécialistes de la chanson, etc., de façon à recueillir leurs points de vue sur la place de la chanson à la télévision et le rôle de la radio. En tout, près de quarante personnes ont été interrogées, et nous tenons à les remercier pour leur disponibilité et de leur collaboration.

---

[1] En fait, nous avions déjà réalisé en 1995 une étude pour le compte de *TV5 Québec Canada* qui nous avait permis d'obtenir l'information pour les années 1992-93, 1993-94 et 1994-95. Nous avons demandé aux diffuseurs de vérifier et de corriger au besoin l'information alors reçue et de compléter pour les années 1995-96, 1996-97 et 1997-98. L'année ici considérée est l'année de radiodiffusion qui va du 1er septembre au 31 août.

Ces personnes sont les suivantes, par ordre alphabétique :

ARPIN, Michel (ACRTF)
BEAUDOIN, Claude (Cité Rock Détente)
BOURNIVAL, Andréanne (Canal D)
BROUILLARD, Guy (CKOI)
CAMERLAIN, Jacques (TV5)
CHÉNIER, Alain (CIBL)
CLÉMENT, Mario (Télé-Québec)
DROUIN, Solange (ADISQ)
DUBOIS, Yves (CKRL)
GENDRON, Pierre (Disques TOX)
GIROUX, Robert (Spécialiste de la chanson québécoise)
HÉNAULT, Sophie (Canal Indigo)
LABRECQUE, Jacques (membre de RIDEAU)
L'ALLIER, André (CKMF)
LALANDE, Olivier (CISM)
LAPOINTE, Robert (Super Écran)
LAURENDEAU, Roger (Cité Rock Détente)
LEFEBVRE, Mario (Groupe Archambault)
LELIÈVRE, Sylvain (auteur-compositeur-interprète)
MARTINEAU, Alain (Groupe Archambault)
MONTPETIT, Richard (MusiquePlus)
NANTEL, Pierre (Sony Music)
NORMANDEAU, Francis (CISM)
OHAYON, Charles (SRC, télévision)
PELLERIN, Denis (SRC, radio)
PELLETIER, Richard (Disques Audiogramme)
PILON, Robert (ADISQ)
POUPART, Daniel (CFGL/CJMF)
PROVENCHER, André (Groupe TVA)
RAYMOND, Francyne (auteur-compositeur-interprète)
RHÉAUME, Roger (ARCQ)
SÉGUIN, Richard (auteur-compositeur-interprète)
TREMBLAY, Luc (CKMF)
TREMBLAY, Pierre (Productions Pierre Tremblay)
TRÉPANIER, Louis (TQS)
VANASSE, Benoît (MusiquePlus et MusiMax)
ZUMBLE, Matt (MusiMax)

2. BREF SURVOL HISTORIQUE

Dans cette première partie nous passons rapidement en revue les grands courants qui ont marqué la chanson québécoise au cours des décennies 1960, 1970 et 1980 ainsi que les facteurs qui ont affecté l'évolution du système de radiodiffusion de langue française. Nous mentionnons au passage quelques émissions phares consacrées à la chanson qui ont laissé leur empreinte dans la mémoire.

À cet égard, il importe de souligner qu'il n'existe pas de recension exhaustive des séries québécoises de variétés et/ou consacrées à la chanson/musique diffusées à la télévision québécoise, comme il en existe, par exemple, pour les téléromans, feuilletons et séries dramatiques[2] ; les quelques émissions mentionnées ont simple valeur de rappel et ne sauraient prétendre donner un portrait précis du foisonnement des émissions de ces époques.[3]

2.1 Les années 1960

Les années dites de la Révolution tranquille sont marquées par deux courants nouveaux et résolument distincts : les chansonniers et le yé-yé.

Si le courant chansonnier a des précurseurs (Félix Leclerc, Raymond Lévesque, Les Bozos...), c'est au cours des années 1960 qu'il devient mouvement et mode et peut s'appuyer sur une extraordinaire diversité d'auteurs-compositeurs et d'interprètes : Hervé Brousseau, Pierre Calvé, Robert Charlebois, Renée Claude, Clémence Desrochers, Claude Dubois, Germaine Duga[illegible]can-Pierre Ferland, Louise Forestier, Claude Gauthier, Pauline Julien, Pierre Létourneau, Claude Léveillé, Monique Leyrac, Gilles Vigneault... s'imposent sur les scènes des « boîtes à chanson » et « parlent » à toute une génération de Québécois.

L'autre courant spécifique à l'époque est celui des groupes dits « yé-yé » qui s'abreuvent aux courants de la musique pop anglo-saxonne, dont, le plus souvent, ils ne font que traduire les grands succès. Ils ont pour nom Les Baronnets, César et ses Romains, Les Classels, Les Excentriques, Les Gendarmes, Les Hou-Lops, Les Lutins, les Miladys, les Sinners, les Sultans... L'excentricité qu'ils revendiquent, qui s'illustre souvent davantage dans l'image et le costume que dans la création musicale originale, fait sans doute partie de cette volonté de rupture avec le passé et de rejet des conservatismes de toutes sortes - volonté aussi d'être partie prenante aux grands courants qui

---

[2] *Répertoire des séries, feuilletons et téléromans québécois de 1952 à 1992*, Jean-Yves Croteau, sous la direction de Pierre Véronneau, réalisé par La Cinémathèque québécoise et publié par Les Publications du Québec, 1993, 692 pages.

[3] Outre sa mémoire et celle des personnes interviewées, le consultant a largement sollicité *Le Guide de la chanson québécoise* de Robert Giroux, Constance Havard et Rock Lapalme, Les éditions Tryptiques, 1996.

renouvellent la musique à l'échelle mondiale - qui caractérise les années 1960. Mais la révolte, si révolte il y a, est essentiellement bon enfant.

Enfin, un troisième courant, qui transcende toutes les décennies et que faute de mieux on appellera le courant populaire, emprunte à la ballade et à la chansonnette française comme aux versions de chansons pop anglo-saxonnes. Du côté des chanteurs, les trois L dominent (Pierre Lalonde, Michel Louvain, Donald Lautrec), mais s'imposent aussi, entre autres, Gilles Brown, Fernand Gignac, Serge Laprade et Piere Senécal ; alors que du côté féminin, Ginette Reno, Michèle Richard et Claude Valade, notamment, connaissent des succès appréciables.

Ce qui caractérise cette décennie et témoigne de son effervescence est sans doute le fait que les trois courants ont connu simultanément et parallèlement une grande popularité. Tout se passe comme si en réaction à la trop grande homogénéité et au conservatisme des années Duplessis, les Québécois s'ouvraient à tous les éclectismes.

Du côté de la télévision, la décennie 1960 est celle de l'entrée en scène de Télé-Métropole qui vient offrir une alternative à Radio-Canada. Ce duopole va durer toute la décennie et va être généralement perçu, à tort ou à raison, comme le parfait exemple d'opposition entre culture populaire et culture élitiste. Les deux réseaux sont conçus sur un modèle autarcique et intégré ; c'est-à-dire que chaque entreprise contrôle l'ensemble des opérations en amont et en aval de la programmation proprement dite. Radio-Canada et TVA produisent en effet la quasi totalité des émissions canadiennes qu'ils programment ; ils possèdent et contrôlent également le réseau de diffusion hertzien qui achemine leur signal aux téléspectateurs. Les premières émissions couleur apparaissent au milieu de la décennie.

Du côté des émissions régulières consacrées à la chanson, c'est bien sûr *Jeunesse d'aujourd'hui* qui constitue la série emblématique de cette décennie. Reprenant la formule *American Bandstand* que Radio-Canada avait déjà adaptée en 1957 avec *Le Club des autographes*, *Jeunesse d'aujourd'hui*, coanimée par Pierre Lalonde et Joël Denis, va connaître un immense succès et devenir un tremplin incontournable pour les artistes et groupes des courants populaire et yé-yé surtout. Comme l'indiquent plusieurs artistes et producteurs dont les témoignages sont présentés dans la série *Le vent des années 60*, dès le lundi qui suivait la présentation d'un nouvelle chanson à *Jeunesse d'aujourd'hui*, on pouvait déterminer, par la vente des disques cette journée-là, si cette chanson connaîtrait ou non un succès et, le cas échéant, de quelle ampleur. Et ce, d'autant qu'au cours des années 1960, le marché du disque en est un de 45 tours (plutôt que d'albums). Ce qui fait qu'il en coûte très peu pour lancer de nouveaux artistes, qui peuvent en outre bénéficier, selon la cas, des réseaux de boîtes à chanson, de cabarets et d'hôtels, de salles en milieu en scolaire, qui sont tous florissants.

Si *Jeunesse d'aujourd'hui* domine, Télé-Métropole diffuse également des séries régulières comme *Music-Hall des Jeunes* et *Découverte*, consacrées aux artistes débutants. Radio-Canada produit

régulièrement, dans la tradition de *Music-Hall*, de grandes émissions de variétés, comme *Le monde du spectacle*, où se succèdent les artistes de l'heure ; elle accorde un soutien et une attention particulière aux auteurs-compositeurs de « chansons à texte » de tradition française et à leurs interprètes. Bref, les trois courants qui caractérisent l'époque trouvent place à la télévision québécoise, qui ne compte que deux diffuseurs de langue française ayant chacun la capacité de joindre de très vastes auditoires.

2.2 Les années 1970

Pour les besoins de notre stratification, nous ferons démarrer la décennie 1970 en 1968, année des révoltes étudiantes en France, en Allemagne, aux États-Unis, du Printemps de Prague, du début du Women's Lib, de la fondation du Parti québécois ; année qui marque un certain durcissement de la révolte bon enfant des années 1960. C'est aussi, pour s'en tenir à la chanson québécoise, l'année de l'*Osstidcho* qui marque lui aussi un tournant décisif, à savoir la fusion de la tradition chansonnière québécoise et des sonorités rock et urbaines.

Les Robert Charlebois, Louise Forestier, Claude Dubois, Jean-Pierre Ferland, qui avaient tous amorcé une carrière de chansonnier s'accompagnant le plus souvent très simplement à la guitare ou au piano, vont épouser les rythmes rock, donner puissance et amplification à la dimension musicale de leur chanson, tout en continuant de proposer des paroles qui s'inscrivent dans la tradition de la chanson à texte. Diane Dufresne (souvent sur des paroles de Plamondon), Lucien Francoeur (Aut'chose) et Plume Latraverse leur emboîteront notamment le pas.

Bien sûr, d'autres auteurs-compositeurs-interprètes vont rester davantage fidèles à la tradition chansonnière classique (Gilles Vigneault, Claude Léveillé, Pauline Julien...) et continueront de connaître du succès. Mais il apparaît relativement peu de nouveaux chansonniers de ce type au cours des années 1970, si ce n'est Georges Dor et Sylvain Lelièvre. Quant aux groupes yé-yé, aucun ne survivra vraiment aux années 1960. Ils seront remplacés par des groupes comme Beau Dommage, Harmonium, Octobre, Offenbach, Ville Émard Blues Band, Corbeau, qui composent pour l'essentiel leurs propres textes et poussent souvent fort loin la recherche musicale, explorant et enrichissant notamment les racines des traditions rock, blues et folk. Il y a chez ces groupes, surtout les trois premiers, une sorte de gravité (qui n'exclut pas la légèreté), une sorte de maîtrise et de pertinence aussi, qui font que les nouvelles générations les redécouvrent sans cesse. La tradition folk est également très vivante chez Les Séguin, Jim et Bertrand ainsi que Les Karrik.

Si l'on excepte Ginette Reno et Donald Lautrec (qui délaissera l'allure chanteur de charme pour celle de rocker) et quelques autres, la plupart des grandes vedettes du courant qu'on a désigné comme populaire qui avaient dominé les années 1960, connaîtront un ralentissement de carrière sinon une éclipse. Ce courant voit aussi apparaître de nouveaux interprètes comme Emmanuelle, Marc Hamilton,

Renée Martel (qui se démarque de ses racines Country/Western), Chantal Pary, Isabelle Pierre, Gilles Valiquette, qui connaîtront souvent des succès colossaux mais pour la plupart sans lendemain.

Bref, les années 70 sont peut-être les plus résolument rock ; un rock envahissant et pluriel, tantôt soft, tantôt hard ou progressif, qui ne renie pas les influences blues et folk et qui domine nettement la scène de la musique populaire.

Du côté de la télévision, c'est la décennie du « ménage à trois », Radio-Québec venant s'ajouter au choix des téléspectateurs francophones à compter de 1972. Les débuts sont toutefois modestes, les heures de diffusion limitées et le contenu assez étroitement éducatif. La câblodistribution marque des progrès et franchit le cap des 500 000 foyers abonnés en 1975. Pour s'imposer comme mode de distribution alternatif (à la réception hertzienne), les câblodistributeurs québécois essaient de développer des produits de radiodiffusion exclusifs. C'est ainsi qu'apparaissent, à la toute fin de la décennie, trois « ancêtres » des services spécialisés actuels : TVFQ 99 (la chaîne française), TVSQ (sports) et TVJQ (émissions pour enfants).

En termes d'émissions consacrées à la chanson, ces changements offrent une certaine ouverture sur les émissions de variétés française (via TVFQ 99) et américaines (via la câblodistribution en général) mais les données d'auditoires de l'époque confirment que Radio-Canada et Télé-Métropole continuent d'accaparer la quasi totalité de l'écoute des francophones. L'auditoire jeunesse continue d'être la cible de plusieurs émissions consacrées à la chanson dont *Jeunesse*, animée par Jacques Salvail, *Showbizz*, animée par Claude Dubois et le *Donald Lautrec Chaud*, qui est sans doute l'héritier le plus immédiat de *Jeunesse d'aujourd'hui*. Radio-Québec présente d'entrée de jeu *Rythmes*, une émission célébrant la diversité des expressions musicales, puis *Moi mes chansons*, composée d'une partie entrevue et d'une partie performance d'un artiste québécois de la chanson.

Une des émissions phares de cette décennie, qui connaît un succès retentissant, est sans conteste *Appelez-moi Lise*, coanimée par Lise Payette et Jacques Fauteux. C'est la première adaptation, pleinement réussie, du talk-show de fin de soirée à l'américaine ; sa direction musicale est assumée par François Cousineau et elle accorde une place de choix aux artistes de la chanson québécoise. Mentionnons également *Et ça tourne*, animée par Michel Jasmin (à TM) et *Les Coqueluches*, coanimée par Gaston L'heureux et Guy Boucher (à la SRC).

2.3 Les années 1980

À la fin des années 1970, la crise du pétrole provoque ralentissement économique et flambée des taux d'intérêts. Elle ouvre la voie à une période de récession qui n'est pas seulement économique ; au plan des valeurs, on note aussi une volonté de repli sur soi, un souci de la réussite individuelle à tout prix, un désir de « se distraire à en mourir » pour reprendre le titre d'un essai sur la télévision américaine de l'époque. Au plan musical, les vagues de nouveaux rythmes se succèdent : le disco, le dance, le

new-wave, le reggae, les musiques funky, latino et techno, le rap, le world beat disputent l'hégémonie du pop-rock, qui conserve néanmoins une place centrale (en 1989, 60 % de tous les enregistrements sonores vendus aux États-Unis émargent aux catégories Pop et Rock[4]). Boule Noire, French B., Michel Lemieux, Belgazou, Diane Tell, Robert Paquette, Gilles Rivard, Paparazzi, Patsy Gallant, Marc Gabriel et Laymen Twist, entre autres, se feront l'écho de ces rythmes et sonorités.

L'industrie du disque à l'échelle internationale comme la chanson québécoise connaissent aussi une récession dans la première moitié des années 1980. Elles trouvent toutes deux un second souffle au milieu de la décennie. La première, à la faveur de la généralisation du disque compact et du vidéoclip ; la seconde grâce, d'une part, au développement de l'industrie locale (maisons de production, distributeurs, salles de spectacles) et aux effets de stimulation de programmes comme le PADISQ, Musicaction et le PADES, et, d'autre part, à un regain de créativité, imputable en bonne partie à l'amorce de carrière solo de membres des groupes ou duos qui avaient marqué les années 1970. C'est le cas notamment pour Richard Séguin, Michel Rivard, Gerry Boulet, Pierre Flynn, Serge Fiori, Lucien Francoeur, Marjo, Jim Corcoran..., qui poursuivent les recherches musicales amorcées au sein de leur formation d'origine tout en proposant des textes plus personnels, souvent en prise sur les préoccupations de la seconde moitié des années 1980. Il en est de même aussi pour une Geneviève Paris, un Paul Piché, un Daniel Lavoie ou un Gaston Mandeville.

Ce n'est pas une décennie très faste pour les groupes. Certes deux groupes de pure tradition rock émergent dans la seconde moitié de la décennie : Les Parfaits Salauds et Vilain Pingouin (qui connaîtra le succès au début des années 1990). Rock et Belles Oreilles fait un malheur mais la télévision l'impose surtout comme groupe d'humoristes ; d'autres, comme Madame ou Wondeur Brass, retiennent l'attention. Mais aucun n'aura l'importance et l'effet de génération des Beau Dommage, Harmonium ou Octobre. La tradition folk demeure vive et connaît même un certain renouveau avec le succès de La Bottine souriante, Steve Faulkner, Alain Lamontagne, J.-F. Lamothe, Kate et Anna McGarrigle et, bien sûr, Zachary Richard.

Le courant populaire voit émerger ou amplifier le succès d'une multitude de nouveaux interprètes féminins (parfois également auteures-compositeures) : Céline Dion, bien sûr, mais aussi Véronique Béliveau, Johanne Blouin, Joe Bocan, Marie-Michèle Desrosiers, Diane Dufresne (qui se permettra le Stade olympique pour son spectacle *Magie Rose*), Nicole Martin, Mitsou, Louise Portal, Marie Philippe, Martine St.Clair, Marie-Claire Séguin, Nathalie Simard, Fabienne Thibault, Sylvie Tremblay. La moisson est moins abondante du côté masculin, où Pierre Bertrand, Robert Leroux et Mario Pelchat se démarquent.

---

[4] Source : *Recording Industry Releases 1997 Consumer Profiles*, Washington, 23 mars 1998.

La télévision québécoise de langue française connaît pour sa part des transformations majeures, et ce, aux trois niveaux de ses activités : production, programmation et diffusion.

Au plan de la production, la publication des rapports de la *Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel* et du *Comité d'étude de la politique culturelle fédérale*, en début de décennie, vont enclencher un processus de développement de la production indépendante que la création de la SGC et de Téléfilm Canada, de même que l'élargissement des aides fiscales, vont alimenter. Peu à peu, les télévisions publiques puis privées vont partager la production d'émissions canadiennes entre productions internes et productions indépendantes.

En ce qui a trait aux services de programmation de langue française, leur nombre va s'accroître rapidement. Au début des années 1980, c'est la télévision payante qui entre en scène. En 1985, un deuxième réseau privé de télévision généraliste, Télévision Quatre Saisons, est autorisé et entre en ondes en 1986. Enfin, l'année suivante, cinq (5) services spécialisés de langue française sont autorisés : Canal Famille, Météomédia, MusiquePlus, RDS et TV5. Radio-Québec, pour sa part, prendra au cours des années 1980 une orientation plus généraliste et atteindra une part de marché d'environ 5 % dans la seconde moitié de la décennie.

Dans cet univers beaucoup plus concurrentiel, qu'aggrave une situation économique peu florissante, les préoccupations relatives aux parts de marché et aux « cotes d'écoute » prennent une importance beaucoup plus grande qu'au cours des presque vingt années qu'avait duré le « ménage à trois » SRC/TM/RQ. On passe assez rapidement d'une situation où chacun jouait son rôle et occupait son créneau sans trop chercher à empiéter sur celui des autres, à une sorte de guerre de tranchées où personne ne fait plus de cadeaux ; où les missions se brouillent et où toutes les télévisions hertziennes, publiques et privées, tentent d'occuper la plus grande part du « centre ».

Quant à la câblodistribution, elle franchit le cap du million d'abonnés en 1983 et, stimulée par le développement de la télévision spécialisée, elle franchit la barre du 1,5 million de foyers abonnés en 1988. Elle aussi contribue à accroître la concurrence et l'ouverture sur une gamme accrue de services de programmation, notamment canadiens et américains de langue anglaise. Conjuguée au développement de la production indépendante et à la situation difficile des finances publiques, elle contribue indirectement à remettre en cause les coûts de fonctionnement des télévisions publiques. Les services spécialisés - et dans une certaine mesure TQS - démontrent concrètement qu'un autre modèle que celui qui avait prévalu jusque-là peut exister ; c'est-à-dire qu'on peut exploiter un service de programmation télévisuelle sans avoir besoin de posséder et d'exploiter son propre système de distribution mais aussi sans avoir à produire soi-même les émissions canadiennes qui l'alimentent, avec tout ce que cela implique en termes d'infrastructures et de personnel de production permanent. Du côté des pouvoirs publics, le mot d'ordre est de procéder au « dégraissage » de la télévision publique ; un long processus de réduction des subventions ou crédits parlementaires s'amorce, qui

contribue également à rendre la télévision publique plus dépendante des revenus autonomes et des performances d'auditoire.

En ce qui a trait aux émissions consacrées à la chanson/musique, le phénomène de la décennie est bien sûr l'avènement du vidéoclip. Même si, à l'échelle internationale, les premiers vidéoclips remontent au milieu des années 1970, leur utilisation ne commence à se généraliser qu'au début des années 1980, avec l'apparition d'émissions puis de services de programmation qui lui sont quasi entièrement consacrés. Au Canada, le premier service de musique vidéo est MuchMusic, qui est autorisé en 1984 et entre en ondes en 1985. L'année suivante, il est autorisé à diffuser dans l'Est du Canada, en soirée, quatre heures de programmation en langue française. En 1988 un service entièrement en langue française, MusiquePlus, prend le relais et entre en ondes.

La télévision conventionnelle continue, en parallèle, à diffuser de nombreuses émissions consacrées à la chanson. Le *Donald Lautrec Chaud* se poursuit à la SRC jusqu'en 1985 sous le titre *Lautrec 81*, *Lautrec 82*, etc., et commence à intégrer le vidéoclip. Jean Bissonnette réalise *Superstar*, la SRC produit *Décibels*, *Vedettes en direct*, *Si on chantait* et plusieurs spectacles de chansons diffusés dans le cadre des *Beaux Dimanches* (Fugain et le Big Bazar, Dubois, Charlebois, Dufresne, Beau Dommage, Forestier, Leclerc, Trenet, Piché/Rivard, Fabienne Thibault, Ginette Reno, Gilles Vigneault, Jean Lapointe, etc.). Elle présente aussi annuellement *Le Gala de l'ADISQ*. À TVA, Michel Jasmin anime une émission causerie éponyme au début de la décennie puis Jean-Pierre Coallier, un passionné de la chanson française, prend le relais avec *Ad Lib*, qui fera beaucoup pour promouvoir la chanson d'expression française du Québec et d'ailleurs. Radio-Québec, pour sa part, diffuse deux séries estivales - *Station Soleil* puis *Beau et Chaud*, animés respectivement par Jean-Pierre Ferland et Normand Brathwaite - qui accordent beaucoup de place aux artistes de la relève et aux nouveaux courants musicaux. Radio-Québec présente également de nombreux captages de spectacles de chansons sous le titre générique *En scène* et s'essaie au talk-show de variétés de milieu de soirée avec *Variétés Michel Jasmin*. Les productions indépendantes commencent à être plus présentes à travers des séries (*Lautrec 81*, etc., *Star d'un soir*), des mini-séries (*Pour une chanson*, *Tapis Rouge*, *Téléclip*...) et des émissions spéciales : Céline Dion, les soeurs McGarrigle, Cabrel, Uzeb, Offenbach, Reno/Legrand, René Simard...

3. ÉMISSIONS CONSACRÉES À LA CHANSON/MUSIQUE (1993/1998)

Au cours des années 1990, on assiste à une certaine amplification des tendances constatées durant la seconde moitié des années 1980.

Plusieurs nouveaux artistes s'inscrivant dans la tradition qu'on a appelée fusion rock/chansonnier connaissent des succès considérables : Daniel Bélanger, Dan Bigras, Luc de Larochellière, Richard Desjardins, Nancy Dumais, Éric Lapointe, Jean Leloup, Térez Montcalm, Kevin Parent...

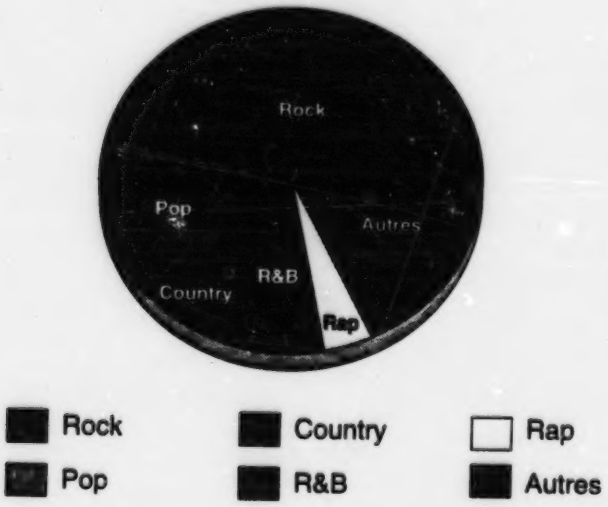
De nouveaux artistes marquent aussi le courant populaire : Isabelle Boulay, Sylvain Cossette, France D'Amour, Luce Dufault, Laurence Jalbert, Lynda Lemay, Bruno Pelletier, Marie-Jo Thério, mais sur ce terrain le phénomène marquant est sans doute le succès international retentissant que connaissent Céline Dion, Rock Voisine et bientôt, sans doute, Lara Fabian.

La musique d'inspiration folk, rock/folk et country/folk continue d'avoir ses adeptes : La Bottine souriante poursuit sur sa lancée, Kashtin connaît en début de décennie un succès incontestable, Sylvie Paquette et Gildor Roy, notamment, viennent enrichir cette tradition, qui demeure très vivante.

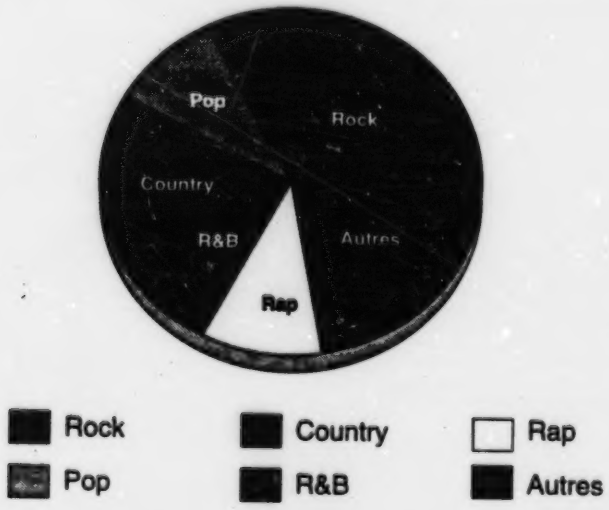
Du côté des courants émergents, le phénomène dominant de la période est sans doute l'éclosion des musiques hip-hop, rap, techno, punk-metal, etc. et l'intérêt que manifeste le jeune public des grands centres urbains à l'endroit des groupes et artistes qui s'en font les propagateurs. Si Vilain Pingouin et Les Trois Quarts Putains demeurent essentiellement de tradition rock, émergent une foule d'autres groupes et artistes, dont Bran Van 3000, Dubmatique, Les Frères à ch'val, RudeLuck, Les Colocs, La Gamic, Okoumé, LMDS, Noir Silence, Possession simple (devenu Les Chiens), Sans Pression, L'Affaire Tournesol, Guano, Karmad'aï, Monsieur Toad, Zébulon, B.A.R.F., etc., dont les inspirations musicales sont très variées et amalgament souvent plusieurs courants.

Le métissage est aussi linguistique, puisque plusieurs artistes québécois de toutes tendances lancent souvent alternativement des albums en anglais et en français (Céline Dion, Rock Voisine, Daniel Lavoie, RudeLuck...) ; d'autres intègrent sur un même album chansons en français, en anglais ou en d'autres langues (Bran Van 3000, RudeLuck encore, B.A.R.F., etc.) ; enfin certains artistes québécois font carrière en chantant principalement dans une langue autre que le français ou l'anglais (Kashtin, Lhasa de Sela...).

VENTES DE DISQUES SELON LES GENRES MUSICAUX. USA 1988



VENTES DE DISQUES SELON LES GENRES MUSICAUX. USA 1997



Le repli du Pop/Rock, qui avait dominé les années 1970 et 1980, au profit de nouveaux genres musicaux n'est d'ailleurs pas propre au Québec. Aux États-Unis, par exemple, comme l'indiquent les tableaux de la page précédente, alors que les disques Rock et Pop représentaient 61,4 % de toutes les ventes d'enregistrements sonores en 1988, ils ne représentent dix ans plus tard que 41,6 % de ces ventes.[5]

En ce qui a trait à la télévision québécoise, le déploiement de la télévision spécialisée se poursuit avec l'entrée en scène de *RDI* et de *Canal D* en janvier 1995, ce dernier s'étant engagé à consacrer 5 % de sa programmation aux émissions de variétés, celle de *Canal Indigo* en août 1996, puis celle de quatre (4) nouveaux services spécialisés de langue française à l'automne 1997, soit *Le Canal Nouvelles*, *Canal Vie*, *Télétoon* et *MusiMax*, un nouveau service québécois de musique vidéo visant un auditoire plus adulte. Suite à un réexamen de sa mission, Radio-Québec devient Télé-Québec, renonce à ses visées généralistes et accentue la dimension culturelle de sa programmation. Télévision Quatre Saisons change de propriétaire et se met résolument en quête du seuil de rentabilité (qui n'a jamais été véritablement atteint et maintenu depuis sa création). La concurrence pour accaparer les auditoires et les revenus publicitaires s'accroît.

La concurrence s'accentue aussi du côté de la distribution, avec l'arrivée de nouveaux types d'entreprises de distribution de radiodiffusion : distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD) (offrant également des services sonores payants) et autres formes de distribution sans fil. *Internet* connaît une croissance phénoménale, des centaines de stations de radios y sont maintenant disponibles. Les inforoutes, la convergence téléphonie/câble et télévision/ordinateur et les préparatifs de déploiement de la radio et de la télévision numériques ouvrent de nouveaux horizons. Le CRTC amorce une révision en profondeur de sa politique sur les radios MF puis de ses politiques relatives à la télévision canadienne, tout en lançant un nouvel appel de demandes de licences de services spécialisés et payants et en annonçant une audience de politique sur les nouveaux médias.

Dans ce contexte de profondes mutations, qu'advient-il de la place de la chanson à la télévision québécoise ? C'est ce que nous avons tenté de cerner en demandant aux dix (10) services de programmation généraliste, éducative, spécialisée, payante et à la carte de langue française les plus susceptibles de diffuser de telles émissions de nous fournir une liste détaillée des émissions originales canadiennes consacrées à la chanson/musique qu'ils ont présentées en première diffusion au cours des six dernières années, soit de 1992-93 à 1997-98.

---

[5] Source : *Recording Industry Releases 1997 Consumer Profile*, Recording Industry Association of America, mars 1998.

Nous leur avons demandé de classer ces émissions en quatre catégories ou groupes :

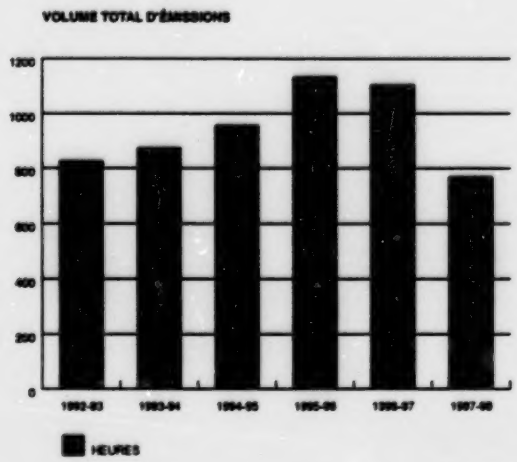
Groupe 1 : Longues séries régulières (au moins 13 épisodes) *principalement* consacrées à la chanson/musique
(exemples : Métropolis, Country centre-ville, Vidéo Rock Détente...)

Groupe 2 : Longues séries régulières (au moins 13 épisodes) *partiellement* consacrées à la chanson/musique
(exemples : Chabada, Sonia Benezra, L'Écuyer...)

Groupe 3 : Courtes séries (3 à 12 épisodes), documentaires ou de variétés, consacrées à la chanson/musique
(exemples : Les FrancoFolies de Montréal, Le vent des années 60, La mémoire des boîtes à chanson...)

Groupe 4 : Émissions uniques (ou doublé) consacrées en tout ou en partie à la chanson/musique
(exemples : récital, gala, festival, hommage, captage de spectacle, docu-variétés...)

La compilation de ces données (présentées en détail à l'Annexe 1[6]) donne les résultats suivants, tous groupes d'émissions et toutes catégories de diffuseurs confondus :



[6] Au début de l'Annexe 1, nous apportons certaines précisions méthodologiques qui éclairent les données quantitatives et les aspects qualitatifs évoqués ci-après. Il nous a semblé redondant de les reprendre ici dans le détail mais nous invitons le lecteur à s'y référer.

On constate une progression continue de 1992-93 à 1995-96, suivie d'un plafonnement en 1996-97 puis d'une chute significative en 1997-98, où l'on ne dénombre plus que 765 heures d'émissions consacrées, en tout ou en partie, à la chanson/musique, comparativement à 1 120 heures en 1995-96 et à 834 heures au début de la période. (On trouvera à l'Annexe 2, les données chiffrées détaillées qui ont servi de base à la réalisation des graphes qui illustrent ce chapitre.)

Ces données très générales, si elles indiquent une diminution importante des émissions consacrées à la chanson/musique au cours de la présente année de radiodiffusion, ne permettent pas toutefois de se faire une idée précise des évolutions qui ont marqué la période, puisqu'elles amalgament, par exemple, les séries consacrées *principalement* à la chanson et celles qui ne l'abordent qu'*accessoirement*, comme les émissions-causerie (talk-show) quotidiennes qui représentent un fort pourcentage du volume en heures. Elles ne permettent pas non plus de prendre en compte l'augmentation de volume lié à la croissance du nombre de services de programmation. Enfin, elles ne tiennent pas compte de la nature des émissions elles-mêmes, du fait qu'il s'agisse de la prestation d'un artiste, sur scène ou en studio, ou bien d'un documentaire historique ou biographique, d'un jeu-questionnaire ayant pour matériau la chanson, d'entrevues avec des artistes sans prestation musicale, etc.

Dans les sous-chapitres qui suivent, nous analyserons plus en détail la présence de la chanson à la télévision, en distinguant émissions *principalement* et *accessoirement* consacrées à la chanson/musique, émissions présentées à la télévision *hertzienne* (généraliste et éducative) et présentées à la télévision *spécialisée* (canaux spécialisés, télévision payante et à la carte), et, dans le cas des longues séries, émissions de la *Catégorie 8* du CRTC et *autres catégories* d'émissions.

3.1 Émissions *principalement* et *accessoirement* consacrées à la chanson/musique

La première distinction qui s'impose est entre les émissions des Groupes 1, 3 et 4, qui, pour l'essentiel, sont *principalement* consacrées à la chanson/musique[7] et les émissions du Groupe 2 (émissions-causerie, magazines culturels, émissions d'intérêt général...) qui ne lui accordent qu'un pourcentage limité et extrêmement variable du temps de diffusion.

---

[7] Cela est surtout vrai pour les séries ; dans le cas des émissions uniques, les diffuseurs ont inscrit divers galas et téléthons qui, tout en faisant place à plusieurs prestations d'artistes, ne sont pas nécessairement et en toute rigueur principalement consacrés à la chanson/musique. Mais nous ne disposions pas d'informations suffisantes pour être en mesure d'établir un critère objectif démarquant les émissions principalement ou accessoirement consacrées à la chanson/musique dans tous les cas d'émissions uniques. Autant dans le cas des longues séries - qui représentent chacune un important volume en heures - il nous a semblé important de les scinder en deux groupes distincts, autant pour les émissions uniques l'opération nous a semblé difficile à réaliser et, de toute façon, de faible conséquence au plan statistique.

Si l'on considère dans un premier temps l'ensemble des services de programmation, on constate (voir tableau ci-après) que les émissions *principalement* consacrées à la chanson/musique représentent, pour l'ensemble de la période de référence, un peu moins de 20 % du volume total d'émissions consacrées à la chanson/musique.

RATIO ENTRE ÉMISSIONS PRINCIPALEMENT/ACCESSOIREMENT CONSACRÉES À LA CHANSON

Tous diffuseurs	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Principalement :						
en heures	160,50 h	197,00 h	136,00 h	195,00 h	293,00 h	129,00 h
en %	19,2	22,6	14,5	17,4	26,4	16,9
Accessoirement :						
en heures	673,50 h	673,50 h	804,50 h	925,50 h	817,00 h	636,50 h
en %	80,8	77,4	85,5	82,6	73,6	83,1
Total	**834,00 h**	**870,50 h**	**940,50 h**	**1 120,50 h**	**1 110,00 h**	**765,50 h**

Le premier constat qui se dégage est que l'immense majorité (un peu plus de 80 %) du volume d'émissions consacrées en tout ou en partie à la chanson/musique à la télévision québécoise, n'est qu'*accessoirement* consacré à ce sujet. Et donc, que les émissions consacrées *principalement* à la chanson/musique n'occupent qu'une part modeste de cette offre globale.

Aspects qualitatifs de l'évolution des émissions *principalement* consacrées à la chanson/musique

Sur un plan évolutif et pour ce qui est des émissions *principalement* consacrées à la chanson/musique, les variations annuelles indiquent une évolution en dents de scie : progression de 1992-93 à 1993-94, chute importante en 1994-95 suivie d'une remontée en 1995-96 et 1996-97, puis d'une nouvelle chute, très significative, en 1997-98.

Pour mieux apprécier les tendances que ces données quantitatives n'indiquent qu'imparfaitement, il importe de prendre en compte les aspects qualitatifs liés à la nature des émissions, que l'on peut dégager de la recension titre par titre présentée à l'Annexe 1.

Longues séries régulières

Lorsque nous avons demandé aux diffuseurs de recenser l'ensemble des longues séries principalement consacrées à la chanson/musique, ils ont légitimement inclus des séries comme *Fa Si La Chanter*, un jeu questionnaire ayant pour matériau le chanson (comme d'autres ont l'histoire, le sport ou la culture générale comme sujet), *Moi ma chanson*, composée de courtes entrevues (1 minute) avec des artistes de la chanson, présentées à la fin de *Montréal ce soir* ou encore *Si ma mère chantait*, composée également de courts épisodes (5 minutes) qui célèbrent la pérennité de la chanson dans la culture populaire et les traces indélébiles qu'elle laisse souvent dans la mémoire et l'imaginaire.

Tout en reconnaissant l'intérêt de ces séries comme instruments de promotion de la chanson, force est de reconnaître qu'elles ne sont pas de méme nature que celles qui, de *Jeunesse d'aujourd'hui* à *Métropolis* et de *Music-Hall* à *L'Autobus du Show-Business*, avaient essentiellement pour objet de présenter, en heures de grande écoute et à de vastes auditoires, des *performances* d'artistes sur scène ou en studio. Le CRTC, dans son *Règlement de 1987* sur la *télédiffusion* a d'ailleurs créé une catégorie d'émissions (Catégorie 8) permettant d'identifier clairement ce type d'émissions et de les distinguer des autres émissions de variétés (Catégorie 9) ou des émissions d'intérêt général (Catégorie 11). Le Conseil définit ainsi les émissions de Catégorie 8 (Musique et danse) :

Émissions présentant principalement l'exécution en direct ou préenregistrée de musique traditionnelle et populaire, y compris les vidéoclips ainsi que l'opéra, l'opérette, le ballet et les comédies musicales.

Il nous a donc semblé intéressant de mesurer comment avaient évolué, à l'intérieur de notre période de référence, les longues séries régulières présentées à la télévision hertzienne en heures de grande écoute qui correspondaient à la définition de la Catégorie 8 du CRTC, catégorie que le Conseil considère comme sous-représentée à la télévision canadienne. Les résultats détaillés sont présentés dans le tableau de la page suivante. Ils sont à la fois étonnants et préoccupants.

LONGUES SÉRIES RÉGULIÈRES CONSACRÉES À LA CHANSON/MUSIQUE PRÉSENTÉES EN HEURES DE GRANDE ÉCOUTE À LA TÉLÉVISION HERTZIENNE

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 8						
Métropolis (SRC)	26 x 60 m 26,00 h					
Country Centre-ville (SRC)		28 x 30 m 14,00 h	27 x 30 m 13,50 h	25 x 30 m 12,50 h		
Cadillac Rose (SRC)					51 x 30 m 25,50 h	
Vidéo Rock Détente (TVA)	32 x 30 m 16,00 h	30 x 30 m 15,00 h	30 x 30 m 15,00 h	26 x 30 m 13,00 h		
BeauetChaud(TQc)	50 x 60 m 50,00 h	55 x 60 m 55,00 h			26 x 30 m 13,00 h	
Total	**92,00 h**	**84,00 h**	**28,50 h**	**25,50 h**	**38,50 h**	**-**
Autres catégories						
Faites vos gammes (SRC)				29 x 60 m 29,00 h	31 x 60 m 31,00 h	
Fa Si La Chanter (SRC)						
Moi ma chanson (SRC)					194 x 30 m 97,00 h	26 x 1 m 0,50 h
Total	**-**	**-**	**-**	**29,00 h**	**128,00 h**	**0,50 h**
GRAND TOTAL	**92,00 h**	**84,00 h**	**28,50 h**	**54,50 h**	**166,50 h**	**0,50 h**

Ils indiquent qu'au cours des trois premières années de la période de référence, toutes les longues séries régulières principalement consacrées à la chanson/musique relevaient de la Catégorie 8 et avaient été présentées en heures de grande écoute. Alors qu'au cours des trois dernières années, seulement la moitié des séries principalement consacrées à la chanson/musique - *représentant à peine 28 % des heures de diffusion* - relevaient de la Catégorie 8 et avaient été présentées en heures de grande écoute.

Ces données indiquent que le déclin des longues séries principalement consacrées à des performances d'artistes de la chanson et de la musique à la télévision hertzienne québécoise s'est en fait amorcé dès 1994-95 et a atteint son paroxysme en 1997-98 où, fort probablement pour la première fois dans l'histoire de la télévision québécoise, *aucune* longue série régulière de Catégorie 8 n'a été diffusée à la télévision hertzienne.

En ce qui a trait donc aux longues séries régulières diffusées à la télévision hertzienne de langue française, la Catégorie 8 porte donc bien son titre de catégorie d'émissions sous-représentées. De plus, on ne compte en 1997-98 qu'une seule série (26 x 1 minute) d'autres catégories que 8 qui soit principalement consacrée à la chanson/musique, et comme il s'agit d'une série composée de très courts épisodes d'une (1) minute chacun, sa durée annuelle totale de diffusion est de moins de 30 minutes.

Courtes séries et émissions uniques

En ce qui a trait aux courtes séries, signalons qu'une bonne part d'entre elles sont liées à la tenue d'événements rassembleurs : FrancoFolies, Festival international de Jazz de Montréal, Festival Franco-Ontarien, Coup de coeur Francophone, Tournée Rock le lait. Certaines courtes séries sont aussi consacrées à l'évocation nostalgique des années passées : *Le vent des années 60*, *La Mémoire des boîtes à chanson*, *Les oiseaux de nuit*.

Ces deux tendances se retrouvent aussi, d'une certaine façon, du côté des émissions uniques. Plusieurs sont enregistrées à l'occasion des grands rassemblements mentionnés plus tôt ainsi qu'à l'occasion des fêtes nationales, galas et festivals de toutes sortes, dont le Festival d'été de Québec. Spectacles sur scène, dans le cadre d'événements ponctuels, et spectacles télévisés ont donc largement partie liée.

Parmi les émissions consacrées à des artistes spécifiques, on note beaucoup d'émissions-hommages célébrant les 20, 25 ou 40 ans de carrière d'un artiste. Si l'on excepte MusiquePlus, pour un (1) spectacle d'un nouvel artiste ayant émergé au cours des années 1990 (Kashtin, Lynda Lemay, Luce Dufault, Luc de Larochellière, Éric Lapointe, Kevin Parent, Lara Fabian) on compte au moins trois (3) spectacles de vedettes établies, qui se sont imposées dans les années 1960, 1970 ou 1980. Et encore n'avons-nous recensé que les *émissions originales canadiennes en première diffusion* ; si l'on

ajoutait les reprises de spectacles enregistrés au cours des années 1970 et 1980 que diffusent régulièrement MusiMax et Canal D, le ratio en faveur des artistes émergents serait encore plus faible.

Bien que nous ne puissions étayer cette affirmation sur des données statistiques, il nous semble qu'au cours des décennies antérieures, la plupart des séries et émissions spéciales consacrées à des prestations, spectacles et récitals d'artistes étaient consacrées aux vedettes du moment, alors qu'au cours de la décennie actuelle, hégémonie démographique des baby-boomers aidant, les diffuseurs québécois misent plus volontiers sur les vedettes établies de longue date et, de préférence, sur les mégavedettes ayant rayonné sur la scène internationale francophone, ou francophone et anglophone : Céline Dion, Rock Voisine, Robert Charlebois, Diane Dufresne, Beau Dommage, Jean-Pierre Ferland sont très présents, et c'est certes heureux. **Mais relativement peu d'artistes de la génération 1990 peuvent se targuer d'une présence d'envergure à la télévision francophone ; et cela est tout particulièrement vrai des groupes explorant de nouveaux rythmes musicaux et visant des auditoires jeunes.**

Aspects qualitatifs de l'évolution des émissions *accessoirement* consacrées à la chanson/musique

Si l'on considère maintenant les émissions du Groupe 2, on constate qu'en volume, elles connaissent une progression constante jusqu'à 1995-96, pour ensuite diminuer progressivement en 1996-97 et 1997-98. Si bien que là aussi, le volume est inférieur en 1997-98 à ce qu'il était au début de la période de référence.

Les séries de ce groupe sont essentiellement des émissions-causerie et de variétés. Ce qui les distingue les unes des autres, c'est d'abord leur période de diffusion : il y a les émissions du matin, celles du midi, celles de fin d'après-midi/début de soirée, celles de milieu de soirée et, finalement, celles de fin de soirée.

Depuis *Appelez-moi Lise*, la formule du *talk-show* quotidien n'a pratiquement jamais quitté les ondes, les Michel Jasmin (*Michel Jasmin*), Jean-Pierre Coallier (*Ad Lib*), Sonia Benezra (*Sonia Benezra*), Gregory Charles (*Chabada*), Francis Reddy (*Reddy Reddy Go!*) et Julie Snyder (*Le Poing J*) se succédant à l'animation. Plus récemment, des *talk-show* hebdomadaires, comme *L'Écuyer* et *Francis* ont fait leur apparition, ainsi d'ailleurs qu'un *talk-show* culturel du matin (à la SRC) : *Christiane Charette en direct* (que Télé-Québec rediffuse en début de soirée). Jusque-là, les émissions de variétés diffusées en journée, qu'il s'agisse des *Démons du midi*, des *Anges du matin* ou de *Louvain à la carte*, avaient un côté plus léger et moins « branché ».

La portion du temps d'antenne que chacune de ces séries a pu consacrer à la chanson et à la musique est extrêmement variable et souvent imputable, en partie du moins, à la personnalité de l'animateur. C'est vrai également des styles musicaux et des artistes qui sont privilégiés. Les émissions animées par Normand Brathwaite, par exemple, ont toujours accordé une attention assez unique aux artistes du

Soul, du Rythm&Blues, aux influences funk et jazz, et aux nouveaux groupes et artistes en général. Alors qu'un Jean-Pierre Coallier a toujours tenté de communiquer sa passion pour la chanson d'expression française et les grands auteurs-compositeurs-interprètes qui lui donnent vie.

Même s'il est assez difficile de dégager des tendances lourdes en ce qui a trait à l'évolution de ce type de séries, on constate aisément que la chanson était beaucoup plus présente à *Ad Lib* qu'au *Poing J*, à *Sonia Benezra* qu'à *L'Écuyer*, pour ne citer que quelques exemples. Il n'y a donc pas grand risque à supposer **qu'à la diminution du volume de séries régulières *accessoirement* consacrées à la chanson/musique, s'ajoute probablement une diminution du contenu musical à l'intérieur de plusieurs de ces séries, diminution qui ne peut être évaluée avec précision mais qui, conjuguée à la baisse déjà constatée des émissions principalement consacrées à la chanson comme à celles relevant de la Catégorie 8, contribue à l'impression de crise et au sentiment d'abandon qu'ont évoqués plusieurs des artistes et acteurs de l'industrie du disque et du spectacle que nous avons rencontrés.**

3.2 Télévision *hertzienne* et télévision *spécialisée*

Si nous reprenons le graphe de l'évolution du volume en heures d'émissions consacrées principalement ou accessoirement à la chanson à la télévision québécoise, en ventilant ces données selon la catégorie de diffuseurs qui les a présentées, on constate que c'est la télévision hertzienne qui présente de loin le plus grand volume (voir page suivante).

En fait, plus de 95 % du volume d'heures d'émissions consacrées en tout ou en partie à la chanson/musique au cours de la période de référence a été diffusé par les télévisions hertziennes.[8]

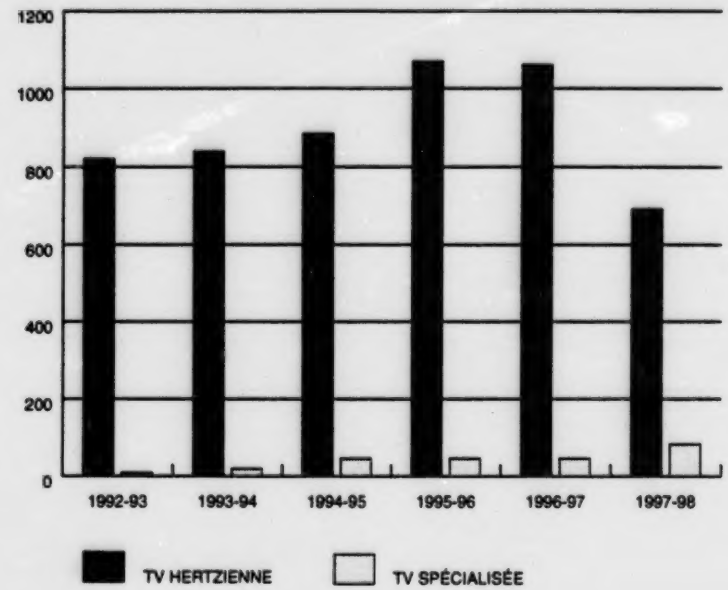
Certes, du côté de la télévision spécialisée, l'augmentation est constante tout au long de la période ; ce qui reflète, en bonne partie, l'ajout de nouveaux services spécialisés. Mais même si le volume d'émissions consacrées à la chanson/musique augmente de 460 % à la télévision spécialisée entre 1992-93 et 1997-98 alors qu'il diminue de 15 % à la télévision hertzienne, cette dernière présente toujours en 1997-98 près de 90 % du volume total d'émissions consacrées, en tout ou en partie, à la chanson/musique.

---

[8] Rappelons que dans le cas de MusiquePlus et de MusiMax, dont la quasi totalité de la programmation est consacrée à la chanson/musique, nous n'avons pris en compte que les *émissions spéciales canadiennes en première diffusion* (récitals, spectacles, concerts intimes, « rockumentaires »...) et non les émissions courantes qui présentent les vidéoclips en rotation.

C'est la SRC qui présente le plus d'émissions consacrées à la chanson/musique (43 % du volume total), les deux réseaux généralistes privés présentent ensemble un autre 45 % du volume (TVA 21 % ; TQS 24 %) et Télé-Québec présente le reste soit 12 % et ce, pour l'ensemble de la période de

VOLUME D'ÉMISSIONS SELON LA CATÉGORIE DE DIFFUSEURS



référence. Notons toutefois qu'au cours des deux dernières années, suite à son virage culturel, Télé-Québec a présenté plus d'émissions de ce type, soit 333 heures représentant 19 % du volume total.

Émissions *principalement* consacrées à la chanson/musique

Si l'on regarde maintenant quelle est la portion de ce volume total qui est composée d'émissions *principalement* consacrées à la chanson/musique à l'antenne de chacune des catégories de diffuseurs, on constate (voir tableaux de la page suivante) que toutes les émissions inscrites par les services de programmation spécialisée étaient *principalement* consacrées à la chanson/musique. Du côté des télédiffuseurs hertziens, qui présentent évidemment beaucoup d'émissions-causerie et d'intérêt général, **seulement 16 % du volume en heures d'émissions consacrées à la chanson/musique est affecté, au cours de la période de référence, à des émissions *principalement* consacrées à la chanson/musique.**

La prépondérance de la télévision hertzienne sur la télévision spécialisée en matière de diffusion d'émissions *principalement* consacrées à la chanson est donc plus faible (78 %/22 %) que ce qui avait été constaté pour l'ensemble des émissions (95 %/5 %), **mais le phénomène particulièrement étonnant est qu'en 1997-98, la diminution des émissions consacrées principalement à la**

chanson/musique à la télévision hertzienne a été si forte, que c'est la télévision spécialisée qui est devenue, cette année-là, la principale source d'émissions consacrées principalement à la chanson/musique !

RATIO ENTRE ÉMISSIONS PRINCIPALEMENT/PARTIELLEMENT CONSACREES A LA CHANSON

TVhertzienne	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Principalement :						
en heures	146,50 h	174,00 h	96,00 h	150,50 h	243,00 h	60,50 h
en %	17,9	20,5	10,7	14,0	22,9	8,7
Partiellement :						
en heures	673,50 h	673,50 h	804,50 h	925,50 h	817,00 h	636,50 h
en %	82,1	79,5	89,3	86,0	77,0	91,3
Total	820,00 h	847,50 h	900,50 h	1 076,00 h	1 060,00 h	697,00 h

TV spécialisée	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Principalement :						
en heures	14,00 h	23,00 h	40,00 h	44,50 h	50,00 h	78,50 h
en %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Partiellement :						
en heures	-	-	-	-	-	-
en %	-	-	-	-	-	-
Total	14,00 h	23,00 h	40,00 h	44,50 h	50,00 h	78,50 h

En effet, en 1997-98, la télévision spécialisée a présenté 78,5 heures d'émissions consacrées *principalement* à la chanson/musique contre seulement 60,5 heures pour l'ensemble des trois réseaux généralistes et Télé-Québec.

En fait, de tous les services de programmation de langue française, hertzien ou spécialisé, privé ou public, le seul à présenter une longue série régulière de Catégorie 8 en 1997-98 a été TV5, avec *Clip Postal* (20 x 30 minutes)

Bien sûr, une année isolée ne fait pas une tendance lourde, mais tous les indicateurs statistiques confirment que 1997-98 constitue un creux de vague historique en ce qui a trait à la présence d'émissions consacrées à la chanson/musique à la télévision québécoise.

4. POINTS DE VUE ET PROSPECTIVE

Dans ce chapitre nous tenterons de cerner, auprès des acteurs directement concernés, les raisons qui peuvent expliquer la situation constatée en 1997-98 et de voir s'il s'agit d'un accident conjoncturel ou d'une situation qui risque de perdurer.

Nous tenons à préciser que, pour des raisons de délai de réalisation, les entrevues avec les responsables de programmation des dix (10) chaînes de langue française ont été réalisées parallèlement à l'opération de cueillette de données. Lorsque nous les avons rencontrés, la compilation des résultats n'avait donc pas été effectuée. La diminution, évidente en 1997-98, des émissions consacrées à la chanson/musique a donc été évoquée en termes généraux mais sans référence précise aux données statistiques compilées au chapitre précédent.

Nous avons regroupé les interventions des différents responsables de la programmation sous des têtes de chapitre ou des thèmes qui revenaient fréquemment.

4.1 La « crise des variétés », symptômes et causes

D'entrée de jeu, plusieurs responsables de la programmation interrogés ont évoqué une « crise des variétés télévisées », qui se traduit par une désaffection du public à leur endroit.

André Provencher, vice-président, programmation, Groupe TVA, souligne : *La réalité est que les études de marché et les données d'auditoire indiquent une désaffection du public à l'endroit des formules traditionnelles d'émissions de variétés. La « captation » de spectacles, par exemple, est un genre auquel le public d'ici n'adhère plus.* Charles Ohayon, directeur général des programmes de la SRC, réseau français, constate également que, depuis quelques années, les données d'auditoire indiquent un tassement de l'écoute des variétés télévisées. *L'exemple le plus éloquent de cette situation est sans doute celui du spectacle de* Céline Dion au Zénith, *un spectacle de grande qualité, coûteux, tourné (en 35 mm) par un des réalisateurs français de variétés les plus talentueux, mettant en vedette la star québécoise de la chanson la plus universellement connue. Présenté par la SRC en heures de grande écoute, au moment où le dernier album en langue française de Céline Dion dominait les palmarès, il a attiré 300 000 téléspectateurs de moins que le film américain (*Le Fugitif*) présenté par TVA à la même heure.* Louis Trépanier, directeur des programmes de TQS, souligne pour sa part : *On est dans un creux de vague pour ce qui est des variétés télévisées ; d'ailleurs le public n'en demande pas et les producteurs nous en proposent peu.*

Mario Clément, directeur général de la programmation de Télé-Québec, reconnaît également qu'il y a une certaine désaffection du public à l'endroit des émissions de variétés consacrées à la chanson/musique au Québec : *Nos enquêtes auprès de groupes témoins indiquent que parmi les émissions culturelles, ce sont celles à caractère musical qui suscitent le moins d'intérêt.* Robert

Lapointe, vice-président, programmation, de Super Écran, confirme et porte à notre attention des extraits d'une *Étude de suivi des abonnés de Super Écran* qui indiquent un fort taux de satisfaction (89 %) des abonnés à l'endroit des spectacles exclusifs que présente Super Écran, mais qui indiquent aussi que, parmi ceux-ci, seuls les spectacles d'humour ont une cote individuelle d'intérêt supérieure à 50 %, les spectacles de chanson dépassant rarement les 35 % de cote d'intérêt.

Les responsables de la programmation évoquent, parmi les causes possibles de cette désaffection du public, les facteurs suivants :

Épuisement des formules traditionnelles de variétés

Un premier facteur serait un certain essoufflement, un certain épuisement des formules traditionnelles d'émissions de variétés, et notamment du captage de spectacles pour diffusion en direct ou en différé.

Creux de vague au niveau de la création

Certains évoquent que tous les secteurs de création connaissent des cycles, avec des périodes fastes et d'autres plus difficiles, et qu'actuellement la chanson québécoise traverse collectivement une période plutôt « ordinaire », en dépit de l'immense succès de quelques-uns.

Surexposition des artistes

Mais le facteur le plus fréquemment évoqué est sans conteste la surexposition des artistes ; surexposition qu'ils imputent en partie aux stratégies de mise en marché développées par l'industrie de la musique. André Provencher : *Lorsqu'un artiste québécois lance un album ou un spectacle, on peut souvent le voir et l'entendre à toutes les émissions du matin et du midi, à tous les bulletins de nouvelles et à tous les magazines culturels de début de soirée... quand il arrive au* Poing J, *en fin de soirée, les gens ont entendu sa chanson (toujours la même) et son boniment plusieurs fois dans la journée ; ils ont donc tendance à « zapper ».*

Louis Trépanier surenchérit : *L'industrie québécoise du disque et du spectacle agit de sorte de confiner de plus en plus la télévision dans un rôle exclusif de promotion (plutôt que de programmation). Aujourd'hui,* note-t-il, *il est quasi impossible d'avoir un artiste pour une émission de variétés en dehors de la période où il fait la promotion d'un nouvel album ou d'un nouveau spectacle. Comme il est quasi impossible de lui faire chanter autre chose que le succès dont il fait la promotion à une période donnée. En revanche, au moment où le marketing d'un nouveau produit bat son plein, le même artiste et la même chanson sont présents partout en même temps. On en parle dans les journaux, on l'entend à toutes les radios et on le voit à toutes les émissions de télévision : le matin à* Salut Bonjour *puis à* Coup de coeur, *puis à* Christiane Charette en direct, *puis à tous les bulletins de nouvelles, ensuite à* Flash, *en reprise de* Christiane Charette *à Télé-Québec, puis à*

L'Écuyer *puis au* Poing J. *Forcément, la magie finit par ne plus opérer ; l'impression de redite, de répétition, de déjà tout savoir sur un artiste s'installe. Bref, c'est ou bien le vide complet ou bien la surexposition totale.*

Charles Ohayon croit que l'avènement et la généralisation du vidéoclip ont contribué à « banaliser » la prestation des artistes. *Jusqu'au milieu des années 1980,* dit-il, *les seules possibilités de voir les artistes interpréter les chansons entendues sur disque ou à la radio étaient d'assister à leur spectacle sur scène ou de regarder des émissions de variétés à la télévision généraliste. Aujourd'hui, deux chaînes spécialisées, visant des groupes d'âge différents, présentent des vidéoclips 24 heures par jour. Quiconque veut voir un artiste chanter le succès du moment a de multiples occasions de le faire, en plus dans un concept visuel plus travaillé et élaboré qu'une simple performance en studio dans le cadre d'une émission de variétés. Dans ce contexte, le spectacle sur scène comme les émissions présentant des prestations d'artistes perdent du terrain.*

André Provencher ne croit pas, pour sa part, que les chaînes de vidéoclips contribuent vraiment à la désaffection des auditoires des chaînes généralistes à l'endroit des émissions de variétés consacrées à la chanson, compte tenu de leur faible part de marché et de leur auditoire assez étroitement ciblé. Il croit que les facteurs dominants sont l'essoufflement des formules traditionnelles de variétés et la surexposition des artistes sur de courtes périodes intensives.

* * *

Du côté de l'industrie de la musique et des créateurs, certains croient que la télévision elle-même est en bonne partie responsable de la désaffection constatée du public, qui constitue une réponse prévisible au traitement que la télévision accorde aujourd'hui aux artistes de la chanson.

Richard Pelletier, de Disques Audiogramme : *Dans les années 70, il y avait beaucoup d'émissions consacrées exclusivement à la chanson, de* Jeunesse d'aujourd'hui *à* L'Autobus du Show Business, *en passant par* Donald Lautrec Chaud. *Dans les années 1980 et au début des années 1990, il y avait beaucoup de formules de talk-show quotidien où la musique occupait une place de premier plan :* Beau et Chaud, Ad Lib, Sonia Benezra *et plus tard* Chabada. *Aujourd'hui, il ne reste que quelques talk-show :* L'Écuyer *(hebdomadaire)* et Le Poing J, *où c'est l'animateur qui est la vedette et les invités, des faire-valoir de l'animateur. Au* Poing J, *la chanson est souvent le dernier item, une simple toile de fond pour le déroulement du générique de fin ! Donc, la télévision, par sa faute, a perdu de sa puissance. Avant, c'était une locomotive ; le lendemain d'un passage à la télévision, les disquaires en ressentaient directement les effets sur les ventes. Aujourd'hui, l'effet est toujours présent mais plus dilué parce que la présence de la chanson québécoise à la télévision est elle-même plus diluée et qu'on traite la chanson comme un élément de remplissage plutôt que comme un élément de premier plan.*

Alain Martineau de Groupe Archambault souligne que l'industrie québécoise de la musique - comme d'ailleurs l'industrie québécoise de la télévision - *doit, dans l'environnement extrêmement concurrentiel d'aujourd'hui, recourir à des stratégies et à des campagnes de marketing de plus en plus précisément orchestrées et planifiées. On ne peut plus se permettre, comme dans les années 1970, d'improviser et de s'en remettre au hasard. Il est normal, dans ce contexte, que lorsqu'un artiste est en campagne de lancement, la maison de disques comme le distributeur souhaitent le voir interpréter la plage de l'album dont il fait la promotion lors de ses passages à la télévision.*

Certains interprètes soulignent que s'ils refusent de passer à la télévision généraliste en dehors des périodes actives de lancement, c'est tout simplement parce qu'on leur propose souvent des cadres d'émissions qui ne les mettent guère en valeur, des prestations bâclées sans répétition suffisante, qui risquent, faute de qualité, de leur nuire davantage que de les aider. Et ce, bien que la majorité reconnaissent qu'un passage à la télévision a toujours un effet de stimulation important sur la vente de disques ou de billets de spectacles. Pierre Nantel, de Sony Music : *La télévision conventionnelle joue un rôle promotionnel très important, particulièrement pour les produits grand public : une émission-promotion d'une heure comme celle qu'a produite TVA lors du lancement du dernier disque de Céline Dion a sûrement contribué à augmenter d'un bon pourcentage les ventes. Et, pour quiconque, un passage à* L'Écuyer, *au* Poing J *ou à* Christiane Charette en direct *stimule immédiatement et directement les ventes.*

Alain Martineau considère pour sa part qu'en dépit du fait que les émissions de variétés consacrées à la chanson sont de moins en moins nombreuses à la télévision conventionnelle (ce qu'il déplore) : *La télévision en général est devenue le véhicule promotionnel par excellence, et j'englobe là-dedans aussi bien les émissions de variétés à la télévision conventionnelle, MusiquePlus et MusiMax, les spectacles présentés à la télé à la carte ou à la télé payante et la publicité télévisée. Un passage à* L'Écuyer, *par exemple, demeure ce qui va se traduire le plus immédiatement, dès le lendemain matin, par des ventes de disques (ce qui est vrai aussi pour la vente de livres lorsqu'un écrivain est invité). C'est vrai aussi, mais dans une moindre mesure pour le* Poing J *(les chansons y passent trop tard et sont souvent coupées par le début du générique de fin) ou* Christiane Charette en direct *(effet plus limité). Il cite aussi les cas de Noir Silence, de Dubmatique et de Kevin Parent qui ont pu s'imposer grâce à MusiquePlus et en dépit du fait que la radio commerciale s'est refusée à les faire tourner, tant que la pression des jeunes n'a pas fini par la contraindre à le faire.*

D'autres, dont Robert Giroux, universitaire, éditeur et spécialiste de la chanson québécoise et Sylvain Lelièvre, auteur-compositeur-interprète, soulignent que *la télévision et les médias en général s'intéressent aujourd'hui davantage aux « stars » qu'à leurs performances ou à leurs oeuvres.* On est plus friand de savoir si Céline Dion est ou non enceinte, ce qu'elle mange au déjeuner, le nombre de ses pieds-à-terre dans le monde, le nom de son décorateur ou de son couturier, que de l'entendre chanter (à la télévision) ; ce qui fait que la télévision est de plus en plus intéressée à « parler » de

chansons et d'artistes et de moins en moins à leur permettre de se produire, de présenter leurs spectacles ou leurs chansons. Et cette fascination pour les stars, pour les personnalités et pour les grands événements médiatiques fait en sorte qu'on accorde peu de place à la relève et à la création et peu de place aux spectacles individuels, présentés hors cadre des grands rassemblements comme les FrancoFolies, le Festival de Jazz, le Festival d'Été de Québec, Coup de coeur francophone....

Richard Séguin souligne, dans le même ordre d'idées, que la réussite internationale de certains de nos artistes a eu pour effet pervers de « dévaluer » ceux qui font carrière essentiellement au Québec : *Kevin Parent a beau vendre 300 000 albums au Québec, les médias québécois le considèrent presque comme une vedette municipale, parce qu'il n'a pas de carrière internationale à son actif.* Francine Raymond ajoute que *la télévision « trippe » essentiellement sur elle-même, que les émissions de variétés servent d'abord à faire la promotion des autres émissions de la grille, et que les auteurs-compositeurs-interprètes sont relégués au rôle de clown de service ; il n'y a pas d'entrevue de fond, la chanson est renvoyée en fin d'émission... sans compter que la rivalité entre chaînes fait que si l'on accepte de se présenter à l'une, la porte des autres se referme quasi automatiquement, chacune exigeant d'avoir la priorité ou l'exclusivité.*

Bref, il existe certaines dissonances et des divergences de vues certaines entre le milieu de la télévision et celui de la musique en ce qui a trait aux causes de la « crise des variétés télévisées » et de la désaffection du public à leur endroit. Le sentiment d'abandon et le ressentiment à l'endroit des réseaux sont très clairement perceptibles parmi les artistes québécois de la chanson. Au chapitre 4.3, nous verrons les griefs que l'industrie de la télévision expriment en retour à l'endroit de l'industrie de la musique. Mais avant, nous allons aborder le cas particulier de MusiquePlus et de MusiMax.

4.2 Le cas particulier de MusiquePlus et de MusiMax

Il n'a évidemment pas été question de « crise des variétés télévisées » ou de « diminution des émissions consacrées à la chanson/musique » avec MusiquePlus et MusiMax, ces deux chaînes, de par leur nature, consacrant la quasi totalité de leur programmation à la musique et aux chansons.

La problématique dans laquelle elles évoluent est donc très différente de celle des chaînes généralistes et de celle des autres services spécialisés, de télévision payante et de télévision à la carte, pour qui les émissions consacrées, en tout ou en partie, à la chanson/musique ne sont qu'une composante, généralement mineure, de leur programmation globale.

D'entrée de jeu, Benoît Vanasse, directeur musical de MusiquePlus et de MusiMax, aborde la question des exigences de contenu canadien et de contenu francophone, qui sont respectivement de 30 % et 35 % pour MusiquePlus, de 30 % et 20 % pour MusiMax (pour les deux premières années,

puisqu'à compter de l'an 03, le pourcentage minimal de vidéoclips francophones à diffuser par semaine passera à 30 %).

Il indique que la difficulté n'est pas d'atteindre ces pourcentages moyens sur l'ensemble de l'année de radiodiffusion, mais plutôt de devoir les respecter sur une base hebdomadaire permanente : *Dans le disque comme dans le cinéma, l'édition ou le théâtre, il existe des cycles annuels, des périodes propices au lancement et d'autres moins. En ce qui a trait à l'industrie québécoise du disque, les périodes privilégiées de lancement sont du début septembre à la mi-novembre, où les titres abondent et où généralement nous dépassons largement nos quotas canadiens et francophones, puis de fin janvier à fin juin. Entre ces périodes toutefois, soit de la mi-novembre à la fin janvier, de même qu'en juillet et en août, il y a très peu de lancements de nouveaux disques québécois et nous devons puiser d'abondance dans le répertoire et étirer la période de rotation active des vidéoclips d'artistes québécois, au risque parfois de lasser les téléspectateurs.*

Richard Montpetit, directeur de la programmation de MusiquePlus, ne propose pas de modifications ou de changements à une situation de fait qu'il constate tout simplement, mais trouve que c'est un peu dommage. *Pour MusiquePlus, contrairement à la télévision généraliste, l'été est la période de plus forte écoute, celle où notamment les étudiants sont le plus disponible. Or, c'est malheureusement la période où l'on reçoit le moins de nouveau matériel québécois.*

Matt Zumble, directeur de la programmation de MusiMax, précise que la situation est un peu différente dans le cas de son service. En effet, MusiMax éprouve plus de difficultés actuellement à respecter le pourcentage de contenu canadien que celui de contenu francophone, *en raison du fait que son pendant anglophone MuchMoreMusic ne va entrer en ondes qu'en septembre 1999 et ne va commencer à stimuler la production de vidéoclips canadiens « adultes » qu'à ce moment-là. Du côté francophone, MusiMax profite donc d'un contexte favorable, puisque la chanson québécoise « adulte » connaît actuellement beaucoup de succès et que l'arrivée de MusiMax (et ses contributions via VidéoFACT) a favorisé la relance de production de vidéoclips « adultes » et suscité une réaction très positive de la part de l'industrie. Plusieurs artistes « adultes », notamment Plume, Claude Dubois et Ginette Reno, ont réalisé de nouveaux vidéoclips.*

Interrogés sur le ratio vidéoclips québécois/vidéoclips d'ailleurs parmi tous les vidéoclips de langue française, les trois s'entendent pour indiquer un ratio d'environ 80 % québécois / 20 % d'ailleurs dans la francophonie. Benoît Vanasse précise : *Notre priorité, c'est de développer les artistes d'ici, de soutenir la progression de leur carrière et de consolider l'industrie québécoise du disque et du spectacle.*

Matt Zumble indique que MusiMax n'a que quelques mois d'existence et qu'elle en est encore à l'étape de l'expérimentation, d'autant, comme on l'a déjà dit, qu'il n'y a pas d'équivalents au Canada anglais, pas de point de référence ni de comparaison. *On invente, on développe de nouveaux*

concepts d'émissions autour d'un artiste ou du lancement d'un album - avec un certain succès, faut-il croire, puisque Ginette Reno nous a fait savoir qu'elle aimerait qu'on lui consacre une émission spéciale, comme celle mettant en vedette Isabelle Boulay, lors du lancement de son prochain disque - on explore le jazz, la musique classique, la grande tradition de la chanson française, les émissions d'entrevues, etc. C'est encore une chaîne en devenir, ouverte aux suggestions de l'industrie et attentive aux réactions de son nouveau public.

***

Les commentaires recueillis auprès des artistes, producteurs et distributeurs de disques sur MusiquePlus (celle-ci surtout, la plupart considérant qu'il est encore trop tôt pour mesurer l'incidence de MusiMax) et sur le vidéoclip en général varient en fonction des publics principalement visés par ces artistes ou producteurs.

Pierre Gendron, des Disques Tox, un producteur qui s'est toujours intéressé aux artistes visant un public jeune (Mitsou, les B.B., Dubmatique, La Gamic...), estime *que les vidéoclips sont particulièrement importants pour la promotion des artistes qui s'adressent à un public jeune ; pour ces artistes la diffusion de leurs vidéoclips à MusiquePlus constitue le principal instrument promotionnel.* Richard Pelletier de Disques Audiogramme souligne pour sa part que *si la radio MF demeure le principal véhicule promotionnel de la chanson, MusiquePlus vient immédiatement en second pour ce qui est des produits axés jeune public. Pour Vilain Pingouin et Jean Leloup, par exemple, MusiquePlus a joué un rôle promotionnel aussi important que la radio.* En revanche, plus le produit est « adulte », moins l'incidence promotionnelle de MusiquePlus est jugée importante, et, pour l'instant, chacun réserve son jugement sur MusiMax.

Pratiquement tous les acteurs de l'industrie soulignent toutefois que l'avènement du vidéoclip a fait augmenter considérablement les coûts de lancement et de mise en marché des albums, et plusieurs notent une certaine tendance à réduire leur nombre pour mieux contrôler les coûts.

Selon Mario Lefebvre et Alain Martineau, de Groupe Archambault, *l'industrie en est à repenser sa position à l'égard du clip. Tout le monde reconnaît son importance, surtout pour les artistes qui visent un public jeune, mais la décision d'en produire un n'est plus automatique. On analyse chaque produit au cas par cas et, parfois, on en arrive à la conclusion qu'il est plus profitable d'investir 50 000 $ en promotion, publicité média, merchandising, tournée promotionnelle, etc., plutôt que dans un clip. Et, règle générale, on produit moins de clips par album qu'avant. Ce n'est d'ailleurs pas qu'une question de coût, c'est aussi une question de contrôle global sur la promotion et la mise en marché. La maison de disques ou le distributeur n'a pas toujours le contrôle sur le produit que va livrer la maison de production engagée pour réaliser le clip et, surtout, n'a aucun contrôle sur l'usage qui sera fait, sur la diffusion que connaîtra cet outil promotionnel. On investit 25 ou 30 000 $ sans être certain que le clip sera vu par le public cible qu'on a identifié, puisque ce sont les*

patrons des services spécialisés qui décident si le clip va passer à MusiquePlus ou à MusiMax, s'il va bénéficier d'une bonne fréquence de diffusion ou simplement être inscrit dans la rotation standard, etc. C'est donc un investissement à haut risque comparé à d'autres investissements promotionnels plus maîtrisés.

Interrogé à ce sujet, Benoît Vanasse admet qu'au départ, c'était le cas, qu'un vidéoclip ne pouvait être joué que sur MusiquePlus *ou* sur MusiMax : *On voulait établir une image forte de chaque chaîne, et que le public réalise que les deux chaînes étaient très différentes, qu'elles avaient chacune une personnalité et un contenu de programmation qui lui étaient propres. On voulait, et on veut toujours, éviter le problème de la radio où les auditeurs ont l'impression que toutes les stations jouent la même chose. Depuis, toutefois, à la demande de l'industrie, nous montrons plus de souplesse. Lorsqu'une chanson intéresse les deux publics, nous la diffusons sur les deux chaînes mais en donnant clairement le leadership à l'une, où le clip passe en rotation forte, alors qu'il passe en rotation régulière sur l'autre. De plus, nous jugeons chaque chanson au cas par cas et il n'est pas question de confiner un artiste à une chaîne ou à l'autre. Ainsi, par exemple, la chanson « Aime » de Bruno Pelletier passe en forte rotation à MusiMax et son autre succès, « Coriace », à MusiquePlus.*

Bref, dans l'ensemble, les artistes, créateurs et représentants de l'industrie de la musique semblent surtout préoccupés actuellement de la diminution des émissions consacrées à la chanson à la télévision généraliste, et moins de ce qui se passe du côté de la télévision spécialisée dans la musique vidéo, même si on note certaines préoccupations quant au rapport coût/bénéfice des vidéoclips comme instrument promotionnel.

4.3 L'industrie de la musique vue par l'industrie de la télévision

Au cours de l'entrevue, André Provencher se dit *un peu las du ton de revendication employé et du climat de confrontation que favorisent souvent les représentants de l'industrie de la musique qui, lorsque celle-ci traverse une période plus difficile - et dans tout secteur de création, il y a inévitablement des creux de vague - en imputent presque toujours la responsabilité aux autres : si la télévision diffusait plus de variétés... si la performance de l'artiste passait plus tôt dans l'émission... si on relevait les quotas imposés à la radio...*

Il reprend les propos qu'il avait tenus dans le cadre de l'atelier numéro 11, lors des Rencontres professionnelles de l'industrie québécoise du disque et de la radio, à savoir *qu'il faut créer une nouvelle dynamique et développer de nouveaux partenariats entre l'industrie de la chanson et l'industrie de la télévision. Une dynamique qui prend en compte les intérêts conjoints des deux parties et les intérêts spécifiques de chacune d'entre elles.*

Il souligne *le besoin de collaboration active et d'échange entre les deux industries, qui doivent se reconnaître comme telles, pour développer de nouvelles façons de faire, pour partager des*

informations, établir des stratégies conjointes, élaborer de nouveaux concepts d'émissions et s'assurer que toutes deux pourront rejoindre les plus vastes auditoires possibles. Groupe TVA est d'ailleurs disposé à partager avec l'industrie de la musique les résultats de ses études de marché, de ses instruments de mesure de l'évolution des valeurs du public québécois, de façon à l'aider à mieux comprendre et cerner les attentes du public téléspectateur en matière d'émissions de variétés consacrées à la chanson. Mais cela ne pourra se faire si l'industrie québécoise de la chanson et des variétés se considère éternellement en demande à sens unique face aux diffuseurs, attendant passivement que la télévision règle ses problèmes et réponde à tous ses besoins sans rien donner en retour, sans jamais questionner ses propres pratiques, sans se soucier véritablement des attentes du public téléspectateur.

Louis Trépanier abonde dans le même sens : *Si l'on veut que l'industrie québécoise de la chanson et du spectacle - qui n'est pas dans un haut de vague depuis quelques années - puisse s'appuyer en partie sur la télévision pour retrouver un second souffle, il va falloir qu'elle soit aussi prête à collaborer avec la télévision pour donner un second souffle aux émissions de variétés. Ce qui veut dire cesser de considérer la télévision comme un simple outil de promotion dans une campagne de marketing, comme le lieu où l'on « plogue » un disque ou un spectacle à un moment précis donné et décidé par l'industrie de la musique, mais dont celle-ci ne veut rien savoir le reste du temps. Ce qui veut dire être prête à accepter que des artistes qui ne sont pas en phase de marketing actif puissent venir à la télévision faire des performances et des prestations particulières, inhabituelles ou inusitées, pour des cachets qui ne sont pas prohibitifs ou « dissuasifs ».*

Jacques Camerlain, directeur de la programmation à TV5, souligne pour sa part qu'il est très intéressé à diffuser des récitals d'artistes québécois de la chanson, mais qu'il éprouve de plus en plus de difficultés à s'approvisionner. Les problèmes de financement de ce type d'émissions, bien que réels, ne sont pas seuls en cause ; il note, par exemple, que *les organisateurs de grands événements ont de plus en plus tendance à proposer des émissions « fourre-tout » où différents artistes viennent chacun présenter une chanson, généralement le dernier succès de leur dernier album.* Et ce, parce que certains artistes (ou leurs gérants, producteurs, distributeurs...) sont de plus en plus réticents à accepter que leurs spectacles soient diffusés intégralement à la télévision, contribuant ainsi eux-mêmes à la diminution des émissions principalement consacrées à la chanson. (Ce que nos entrevues ont confirmé : certains artistes et acteurs de l'industrie de la musique se disent peu convaincus de l'intérêt de présenter leurs spectacles à la télévision.)

Jacques Camerlain croit que la formule « 5 artistes en 52 minutes » - qui combine souvent des artistes visant des auditoires cibles très différents en termes de groupes d'âge et de goûts musicaux - est de moindre intérêt pour le public qu'une émission qui présente l'intégrale du spectacle d'un artiste.

D'autant qu'en termes de mémoire vivante et de préservation du patrimoine culturel, la capacité de disposer de spectacles complets d'artistes est, selon lui, un besoin essentiel.

Sophie Hénault, directrice, marketing et programmation, de Canal Indigo, constate elle aussi que *les spectacles de type « Les meilleurs moments de... » ont un potentiel d'attrait plus faible, à la télévision à la carte à tout le moins, que le spectacle complet d'un artiste, à condition bien sûr que cet artiste soit* hot *et bénéficie d'un momentum, que sa carrière soit en phase ascendante plutôt que déjà établie*. Elle note que les gens de l'industrie de la musique et du spectacle, comme d'ailleurs les organisateurs d'événements sportifs, ont souvent des craintes déraisonnables face à la télévision à la carte, et qu'ils sous-estiment l'effet promotionnel important qu'a l'annonce répétée de l'événement sur le canal d'autopromotion de Canal Indigo. Elle cite l'exemple du spectacle d'Éric Lapointe, dont la diffusion à la télé à la carte et l'importante promotion qui l'a précédé et accompagné ont eu pour effet concret et mesurable de stimuler la vente de billets pour ce spectacle, et non de la freiner ou de la réduire comme le craignent souvent les organisateurs de tournée.

Jacques Camerlain évoque aussi l'ambiguïté d'un produit comme le vidéoclip, fondamentalement un outil de promotion, mais que l'industrie de la musique veut souvent faire payer aux diffuseurs au prix de la programmation. Il mentionne qu'il y a quelque temps, le Réseau international TV5 a décidé de présenter systématiquement des vidéoclips d'artistes de la chanson française comme matériel d'intermède entre les émissions, de façon à promouvoir les artistes francophones à l'étendue de son territoire de desserte : Europe, Afrique, Asie, Amérique latine et Caraïbes... TV5 Québec Canada a alors tenté de négocier avec la SOPROQ un tarif privilégié pour les droits de diffusion de vidéoclips d'artistes québécois, en faisant valoir que leur diffusion sur l'ensemble des composantes du réseau - y compris au Québec et au Canada - permettrait à ces artistes de se faire entendre et découvrir de très vastes auditoires francophones internationaux. Mais, selon lui, la SOPROQ a exigé un tarif trop élevé, ce qui a mis un terme au projet et privé les artistes québécois d'une occasion inespérée de rayonnement international.[9]

Si, comme on l'a vu au chapitre 4.1, les représentants de l'industrie de la musique et les artistes ont des griefs à l'endroit de l'industrie de la télévision, la réciproque est également vraie. Cela dit, et au-delà de ces tensions ponctuelles, on sent chez plusieurs, de part et d'autre, une volonté d'aplanir ces difficultés et de travailler conjointement à insuffler un nouveau dynamisme à la chanson québécoise comme aux émissions qui lui sont consacrées.

---

[9] Interrogée à ce sujet, Solange Drouin de l'ADISQ indique que la SOPROQ a fait, à son avis, une proposition très raisonnable, à la suite de laquelle TV5 n'est pas revenu à la charge.

4.4 Nouveaux projets et pistes de solution

Si, comme on l'a vu au chapitre 3, l'année 1997-98 marque un creux de vague historique en ce qui a trait à la présence de la chanson à la télévision québécoise, et particulièrement à la télévision conventionnelle, les directeurs de programmation n'ont pas tous jeté la serviette, loin de là. Plusieurs cherchent activement des solutions, non pas uniquement par altruisme ou engagement personnel à l'endroit de cette forme d'expression artistique, mais parce qu'ils jugent la situation actuelle malsaine et préoccupante à long terme pour le dynamisme des industries culturelles québécoises dans leur ensemble.

Groupe TVA

André Provencher souligne que *la télévision a besoin des artistes : plus l'industrie québécoise de la chanson et des variétés est dynamique, plus elle produit de vedettes et de succès, plus cela profite à la télévision d'ici. Mais l'inverse est aussi vrai ; une télévision québécoise dynamique, en bonne santé financière et qui touche de vastes auditoires profite aussi à l'industrie de la chanson et des variétés. Ce sont deux industries culturelles confrontées à des problèmes de rentabilité, d'étroitesse de marché, de concurrence, et qui ont beaucoup d'intérêts communs. Elles doivent s'épauler mutuellement pour atteindre leurs objectifs respectifs ; elles doivent chacune tenter de mieux comprendre le fonctionnement, les contraintes, les besoins de l'autre.*

Il faut s'asseoir ensemble et trouver de nouvelles façons de faire et de nouveaux concepts d'émissions qui permettent de reconquérir le public, de donner un nouveau souffle aux émissions de variétés. Il faut faire autre chose que de présenter à satiété la même chanson à tous les postes à la même période. Il faut développer des formules d'émissions de variétés innovatrices.

Si cette année la chanson est surtout présente à TVA dans le cadre d'émissions causerie ou d'émissions spéciales, ce n'est pas que nous ne sommes pas intéressés à y consacrer une émission hebdomadaire régulière, au contraire. C'est tout simplement que nous n'avons pas réussi à trouver l'équation que nous recherchons, le concept qui soit à la fois ambitieux, attrayant et en mesure de reconquérir le public, tout en étant « finançable » et viable. Mais Groupe TVA y travaille activement.

L'an dernier, nous avions un ambitieux projet de variétés centré essentiellement sur des performances d'artistes de la chanson (pas un talk-show*), qui aurait été animé par Gregory Charles et aurait offert une vitrine hebdomadaire importante aux artistes d'ici. C'était évidemment une émission qui coûtait cher, avec beaucoup de musiciens en studio, des répétitions, un environnement attrayant (pour reconquérir le public, il faut y mettre les moyens). Malheureusement, nous n'étions pas en mesure de le financer seuls, et Télé-Québec, le partenaire que nous avions approché, a décliné l'invitation. Cette année, nous revenons à la charge avec un projet un peu moins ambitieux qu'on espère pouvoir financer (avec ce qui se passe actuellement avec le FTCPEC, ce n'est toutefois pas certain*

qu'on y arrivera...) Nous sommes par ailleurs toujours partenaires des FrancoFolies de Montréal et du Festival de la chanson de Granby. Dans ce dernier cas, nous avons toutefois adapté notre intervention. Autrefois, nous diffusions la soirée de clôture, mais les cotes d'écoute étaient très faibles ; maintenant nous offrons aux gagnants la possibilité de passer dans différentes émissions qui ont des auditoires beaucoup plus importants ; cela sert mieux ces artistes, à notre avis, comme cela sert mieux la télévision.

TQS

Louis Trépanier rappelle *que les nouveaux propriétaires de TQS se sont donné pour objectif de rentabiliser l'entreprise, qui accumule des pertes depuis sa création. Le premier objectif est d'atteindre le point d'équilibre dans un délai assez court, soit d'ici le 31 août 1999. Ce qui suppose une réorganisation du travail, un suivi attentif et un contrôle serré des dépenses ainsi qu'une préoccupation constante de mettre en ondes des émissions qui rejoignent un public et génèrent des revenus publicitaires proportionnels aux coûts d'acquisition qu'elles impliquent.*

Si TQS a abandonné une émission hebdomadaire de 90 minutes comme Francis, *qui faisait une bonne place à la chanson, c'est tout simplement qu'on ne retrouvait pas cette équation entre le coût de l'émission et l'auditoire atteint.*

Actuellement, TQS soutient l'industrie du disque et des variétés plutôt à travers la promotion qu'à travers la prestation de chansons à la télévision :

- L'émission du matin Coup de Coeur, *par exemple, consacre environ 40 % de son contenu au milieu artistique. On y couvre les lancements de disques et de spectacles, on présente des entrevues faites à ces occasions ou en studio. Et on compte parfaire et accentuer la vocation culturelle et artistique de l'émission.*

- TQS met l'accent sur l'information locale dans ses bulletins de nouvelles de 12 h 30, 17 h et 23 h. Chacun comporte un volet sur l'activité artistique et culturelle qui, encore une fois, couvre les lancements de disques et de spectacles ;

- Enfin, le magazine culturel Flash *présente des entrevues avec des artistes, une chronique de disques et couvre la sortie des albums et des clips ainsi que l'ensemble des spectacles, festivals, etc.*

Le fait que l'accent soit mis sur la promotion découle à la fois de la situation financière propre à l'entreprise - qu'on espère passagère - et d'un contexte plus général où l'on note un essoufflement des formules traditionnelles d'émissions de variétés et un désintérêt du public à leur endroit.

Mais personne ne souhaite que cette situation perdure. Au contraire, nous voudrions réinventer les variétés télévisées, redonner au public le goût d'en voir régulièrement. Ne serait-ce que parce que

Québécor a des intérêts dans Groupe Archambault et qu'il serait bête de ne pas essayer de profiter des synergies entre nos différentes composantes pour améliorer la santé financière et accroître le succès et la pénétration de chacune. Plus le vedettariat artistique québécois est développé, plus cela profite à toutes les composantes : industrie du disque, du spectacle, de la radio, de la télévision, de la presse écrite, du cinéma. TQS tente d'ailleurs actuellement de développer un projet d'émissions de variétés d'envergure pour janvier 1999, sur lequel je préfère ne pas m'étendre pour l'instant.

SRC

Du côté de la SRC, on n'a pas pour l'instant de projet de série régulière de variétés principalement consacrée à la prestation d'artistes de la chanson sur la table. On préfère continuer d'explorer d'autres concepts d'émissions consacrées à la chanson, comme on l'a fait avec *Fa Si La Chanter* et *Moi ma chanson*. On prévoit notamment adapter une nouvelle formule de jeu télévisé basé sur la musique, qui fait « fureur » actuellement en France et dont on assure qu'il a un potentiel d'attrait très supérieur à *Fa Si La Chanter.*[10]

La chanson et la musique continueront bien sûr d'être présentes à travers des émissions-causerie comme *L'Écuyer* et à travers une foule d'émissions spéciales, qu'il s'agisse du spectacle de la Saint-Jean, de La Fête du Canada, du Festival de Jazz de Montréal, du Festival d'Été de Québec, du Festival Franco-Ontarien, du Gala de l'ADISQ ; autant d'événements et manifestations culturelles auxquels la Société Radio-Canada est associée depuis nombre d'années sinon depuis ses origines. Charles Ohayon souligne également *qu'à la faveur du passage de la première chaîne sur la bande MF, les composantes radio et télévision du réseau français de la SRC vont sans doute explorer de nouvelles formules de collaboration.*

Télé-Québec

Mario Clément souligne *qu'en tant que télévision publique québécoise, Télé-Québec a toujours tenté de contribuer, dans la mesure de ses moyens, à l'atteinte des objectifs culturels et éducatifs du gouvernement du Québec. Nous suivrons donc avec beaucoup d'attention les travaux du Groupe de travail comme l'élaboration d'une politique de la chanson québécoise qui devrait vraisemblablement en résulter. Et ce, d'autant que Télé-Québec a décidé l'an dernier de renforcer sa programmation culturelle en général, et notamment sa programmation consacrée aux arts de la scène.*

---

[10] Notons que la SRC a amorcé la diffusion de cette série, *La Fureur*, à l'été 1998, donc à la toute fin de l'année 1997-98 telle que nous l'avons définie. Cette série, qui connaît un beau succès et a reçu d'excellentes critiques, devrait donc figurer dans nos tableaux statistiques. Mais comme elle ne figurait pas dans les données que nous a transmises la SRC pour l'année 1997-98, nous avons mal interprété les propos de monsieur Ohayon, au moment de l'entrevue (avril 1998), croyant que la diffusion de ce projet ne s'amorcerait qu'à l'automne 1998.

Télé-Québec développe actuellement plusieurs projets touchant la chanson :

1 - D'abord une nouvelle émission hebdomadaire de 90 minutes de style Beau et Chaud *qui sera consacrée à la chanson québécoise et francophone, qui mettra l'accent sur la création, les nouveaux artistes et les nouveaux courants musicaux qui sont en pleine effervescence au Québec.*

2 - Ensuite une émission culturelle quotidienne dont la mission sera de rendre compte des activités et manifestations dans tous les secteurs culturels et à l'étendue du Québec, incluant bien sûr les lancements de disques, les récitals, spectacles et tournées, les festivals de la chanson, concours, manifestations et autres Francofolies.

3 - Enfin des émissions spéciales, dont l'une conçue à partir des chansons de Gaston Mandeville, d'autres consacrées aux grandes chansons du Québec, rappelant dans quel contexte chacune a été créée, interrogeant leur(s) auteur(s) sur ce qui l'a inspiré, sur ce que lui ont apporté ses différents interprètes, etc.

La promotion de la chanson constitue donc un champ de préoccupation et une des priorités de Télé-Québec pour les saisons à venir. Télé-Québec doit concilier cette priorité avec les réalités économiques. Les émissions avec musiciens en studio coûtent cher ; il faut donc trouver aussi des approches alternatives, ne pas faire toutes les émissions de variétés dans le même moule.

Nos études de marché indiquent que le public de Télé-Québec aime la culture, que c'est un grand consommateur de spectacles, de disques et de cinéma... et nous voulons lui proposer une programmation qui s'inscrit dans cette mouvance. Avec de l'imagination et de la créativité, je suis convaincu qu'on peut redonner au public le goût des émissions consacrées à la chanson et à la musique. C'est en tout cas le défi que Télé-Québec - une télévision de service public avec une mission de développement éducatif et culturel - veut relever. Car la promotion de la chanson s'inscrit parfaitement dans cette mission, compte tenu de l'importance de la chanson comme moyen d'expression de la culture québécoise. Il en est de même du développement de nouveaux talents, de nouveaux artistes.

Il dit espérer *que l'éventuelle politique de la chanson comporte des mesures incitatives ou de soutien susceptibles de faciliter le financement d'émissions majoritairement consacrées à la chanson avec musiciens sur place, qui sont relativement coûteuses à produire par rapport à des émissions causerie, à des magazines ou à des émissions de vidéoclips.*

TV5

Jacques Camerlain souligne qu'étant donné la nature de TV5, la liste des *émissions originales canadiennes en première diffusion* transmise en réponse à notre demande ne reflète que très

partiellement la présence des émissions consacrées à la chanson/musique à son antenne. *D'une part, le volet international de notre programmation a toujours compris une importante composante d'émissions culturelles et de variétés françaises* (La chance aux chansons, Taratata, L'École des fans, Les Victoires de la musique...) ; *d'autre part, le volet canadien comprend aussi la reprise de magazines, mini-séries et émissions spéciales consacrés en tout ou en partie à la chanson/musique déjà présentés en première diffusion par les télévisions généralistes d'ici. Enfin, dans les deux magazines canadiens produits spécifiquement pour TV5, soit* Visions d'Amérique *et* Bons baisers d'Amérique, *on compte régulièrement des entrevues ou reportages consacrés aux artistes de la chanson francophone ; Jean Allard, le responsable des coproductions, en a dénombré pas moins de 137 depuis le début de la diffusion de ces deux magazines.*

Jacques Camerlain a souvent eu une attitude proactive, prenant l'initiative de contacter les organisateurs d'événements comme le Festival d'été de Québec ou les agents d'artistes pour susciter l'enregistrement de spectacle d'artistes francophones, et se propose de continuer à le faire même s'il est conscient de la difficulté de plus en plus grande de réunir tous les partenaires nécessaires à leur financement. TV5 entend aussi continuer à présenter ici les meilleures émissions de variétés françaises disponibles. Enfin TV5, qui fournit la programmation canadienne au Réseau international TV5, tente, selon ses ressources, ses moyens et l'approvisionnement disponible, d'y insérer le plus possible d'émissions reflétant l'expression culturelle des francophones d'Amérique, notamment à travers la chanson.

Canal D

Canal D est l'un des rares services de programmation à avoir pris un engagement chiffré spécifique en matière de diffusion d'émissions de variétés, soit celui de consacrer au moins 5 % de sa grille horaire à la distribution d'émissions culturelles portant sur les arts de la scène. Pour remplir cet engagement, outre les émissions originales canadiennes en première diffusion recensées à l'Annexe 1, Canal D a diffusé depuis son entrée en ondes une série sur les meilleurs moments de *Samedi de rire* et *Juste pour rire,* une autre rappelant *15 ans de Francofolies*, une autre, *Jazz en deux temps*, combinant certains spectacles du Festival de Jazz de Montréal à des documentaires sur des musiciens et interprètes de jazz ; enfin 52 spectacles d'artistes québécois et francophones, tournés dans les années 1970 et 1980 et présentés dans le cadre générique de la série *En rappel.*

À l'occasion de son renouvellement, Canal D a demandé d'être dégagé de cet engagement, ce qui a été interprété comme une volonté d'abandon des émissions consacrées à la chanson/musique. Andréanne Bournival, vice-présidente, programmation, de Canal D, indique que ce n'est pas le cas. *Nous voulons en fait concentrer davantage nos ressources en matière d'émissions consacrées aux arts de la scène vers le financement de séries originales canadiennes du type* La mémoire des boîtes à chanson *ou* Les oiseaux de nuit *ou à des documentaires biographiques originaux comme ceux que*

nous avons consacrés à Jacques Normand, *à* Bobby Hachey *ou à* Lucille Dumont. *Nous croyons que ces émissions originales canadiennes, conçues spécifiquement pour Canal D, correspondent davantage à notre image de chaîne documentaire et aux attentes de nos abonnés que la rediffusion d'émissions de variétés préexistantes, qui consistent le plus souvent en captage de spectacles (d'humour, de jazz ou de chansons). L'élimination de l'obligation d'atteindre des objectifs quantitatifs de volume - qui nous obligent forcément, compte tenu de nos moyens financiers, à recourir à l'acquisition d'émissions de répertoire de ce type - favoriserait ce repositionnement.*

Elle indique que *Canal D a d'ailleurs fait connaître son intention de diffuser l'an prochain une série originale canadienne (10 x 1 heure) consacrée aux* Cent plus belles chansons *qui ont marqué l'évolution de cette forme d'expression culturelle au Québec.*

Télévision payante et à la carte.

Du côté de Super Écran, on a décidé, pour l'année qui vient, de mettre l'accent sur les spectacles d'humour et de délaisser les spectacles de chanson, pour les raisons évoquées plus tôt, directement liées aux attentes de ses abonnés. Cela dit, on n'écarte pas la possibilité d'un retour éventuel.

Robert Lapointe souligne que *pour qu'un spectacle suscite un taux élevé d'écoute et de satisfaction chez les abonnés de Super Écran, il faut en règle générale que ce spectacle ait eu un fort retentissement, qu'il ait circulé de préférence à l'étendue de la province, que l'artiste soit « hot » comme on dit familièrement, qu'il soit très présent dans l'actualité.* Or, à l'heure actuelle, il n'y pas beaucoup de spectacles de chanson québécoise qui répondent à ces conditions et ceux qui y répondent n'ont pas nécessairement, pour toutes sortes de raisons, de fenêtres disponibles pour la télévision payante. Mais, le cas échéant, Super Écran serait prêt à reconsidérer sa décision pour les années à venir.

En ce qui a trait à la télévision à la carte, ce sont traditionnellement les événements sportifs qui suscitent des taux d'achat intéressants. Les spectacles de chanson ont un taux plus faible, mais Sophie Hénault se dit convaincue qu'il est possible de bâtir progressivement un public de télévision à la carte pour ce type d'émissions. Beaucoup toutefois reste à faire, parce que l'habitude de commander un spectacle à la carte n'est pas établie côté public, mais aussi parce que les producteurs de spectacles ne pensent pas spontanément aux possibilités qu'offre la télévision à la carte, étant parfois même réticents face à cette nouvelle fenêtre de diffusion avec laquelle ils ne sont pas familiers.

À ce jour, les résultats sont donc mitigés. Les spectacles de Lara Fabian, Claude Dubois et Éric Lapointe ont assez bien marché, d'autres ont connu des taux d'achat plus modestes, voire en certains cas carrément catastrophiques. Sophie Hénault entend cependant poursuivre la saison prochaine, en tentant de profiter de l'expérience acquise pour mieux sélectionner les artistes et les spectacles, pour raffiner les stratégies de promotion et trouver le meilleur équilibre qualité/prix possible. Elle dit

espérer que l'étude en cours et les discussions qu'elle suscitera pourront *« nous laisser envisager une meilleure collaboration de la part des producteurs locaux, qui, avec plus d'information sur ce que nous avons à leur offrir, développeront le réflexe de nous présenter leurs projets pour évaluation. »*

***

Deux facteurs susceptibles de contribuer à une relance de la présence de la chanson à la télévision québécoise nous semblent ressortir assez nettement des propos des responsables de la programmation.

D'abord la nécessité d'une collaboration plus active entre télévision et industrie de la musique et de la chanson, notamment pour développer de nouveaux concepts et formules d'émission, et le besoin d'échanges plus réguliers sur les meilleurs moyens de développer la relève, de davantage respecter et encourager la création, comme sur les stratégies de promotion et de mise de marché susceptibles de profiter aux deux industries.

Ensuite, la nécessité d'élaborer des formes de soutien financier ou mesures incitatives permettant de stimuler la production et la diffusion d'émissions de variétés de qualité. Tous les diffuseurs soulignent en effet les coûts élevés de production de ces émissions - surtout celles de catégorie 8 qui impliquent plusieurs musiciens, de longues répétitions, etc. - et les difficultés concrètes que pose leur financement.

Ce sont là deux avenues de solution que le Groupe de travail pourrait explorer plus avant et plus en détail.

ANNEXE 1

LISTE DES ÉMISSIONS CONSACRÉES À LA CHANSON/MUSIQUE DIFFUSÉES À LA TÉLÉVISION QUÉBÉCOISE DE LANGUE FRANÇAISE DU 1ER SEPTEMBRE 1992 AU 31 AOÛT 1998

PRÉAMBULE MÉTHODOLOGIQUE

Nous avons demandé aux dix (10) diffuseurs mentionnés ci-après :

Société Radio-Canada
Groupe TVA
Télévision Quatre Saisons
Télé-Québec
MusiquePlus
MusiMax
Canal D
TV5
Super Écran
Canal Indigo

de nous fournir la liste de toutes les *émissions originales canadiennes en première diffusion* qu'il ont présentées (ou projettent de présenter d'ici le 31 août 1998) à leur antenne au cours des saisons 1992-93 à 1997-98 inclusivement et qui sont *consacrées, en tout ou en partie, à la chanson ou à la musique populaire (jazz, folklore...).*

Nous leur avons également demandé de classer ces émissions en quatre catégories ou groupes, soit :

Groupe 1 : Longues séries régulières (au moins 13 épisodes) *principalement* consacrées à la chanson/musique
(exemples : Métropolis, Country centre-ville, Vidéo Rock Détente...)

Groupe 2 : Longues séries régulières (au moins 13 épisodes) *partiellement* consacrées à la chanson/musique
(exemples : Chabada, Sonia Benezra, L'Écuyer...)

Groupe 3 : Courtes séries (3 à 12 épisodes), documentaires ou de variétés, consacrées à la chanson/musique
(exemples : Les FrancoFolies de Montréal, Le vent des années 60, La mémoire des boîtes à chanson...)

Groupe 4 : Émissions uniques (ou doublés) consacrées en tout ou en partie à la chanson/musique
(exemples : récital, gala, festival, hommage, captage de spectacles, docuvariétés...)

À la réception des réponses, nous avons constaté que les questions telles que formulées laissaient place à l'interprétation et que certaines pratiques, courantes dans l'industrie, rendaient difficiles le cloisonnement entre groupes et/ou entre diffuseurs. Nous apportons ici quelques précisions à ce sujet :

Chanson/musique

Même si notre mandat porte essentiellement sur la chanson, il nous a semblé très difficile d'isoler les émissions portant sur la chanson de celles portant sur d'autres formes de musique populaire. À l'intérieur d'une mini-série intitulée *Festival de Jazz de Montréal*, par exemple, il peut y avoir des émissions consacrées à une performance instrumentale et d'autres à un(e) chanteur(euse) de jazz, ces deux composantes pouvant également se retrouver dans une même émission mettant en vedettes plusieurs artistes. Nous avons donc considéré toutes les émissions consacrées à la chanson et/ou à la musique populaire. Certains diffuseurs, dont la SRC, ont inclus des émissions consacrées à la musique classique ; nous les avons également conservées. Le corpus comprend donc l'ensemble des émissions consacrées à la chanson ou à la musique sous toutes ses formes.

MusiquePlus/MusiMax

Dans le cas de MusiquePlus et de MusiMax, dont la quasi totalité de la programmation est consacrée à la chanson/musique, nous n'avons pris en compte que les émissions spéciales canadiennes en première diffusion (récitals, spectacles, concerts intimes, « rockumentaires »...) et non les émissions courantes qui présentent les vidéoclips en rotation.

Double comptage

Nous avions demandé aux diffuseurs de ne présenter que les émissions originales canadiennes en *première diffusion*, de façon à éviter le double comptage. Toutefois, nous avons constaté que certaines émissions se retrouvent chez plusieurs diffuseurs, pour différentes raisons. La plus fréquente est qu'il faut souvent impliquer aujourd'hui plusieurs diffuseurs dès l'étape du montage financier pour réussir à compléter le financement de certaines émissions de variétés. Chacun des diffuseurs ayant contribué dès le départ au financement d'une émission a considéré que celle-ci fait partie de sa contribution à la présence de la chanson à la télévision québécoise. Dans d'autres cas, en raison des obligations en matière de pourcentage d'émissions originales en première diffusion imposées à certains services spécialisés, il arrive que deux services (MusiquePlus et TV5, par exemple) présentent *simultanément* la même émission en première diffusion. Il y a aussi le cas des spectacles diffusés en primeur à la télévision à la carte (qui n'est accessible qu'à une faible portion de l'auditoire) qui sont, tôt ou tard, repris par des télévisions généralistes ou spécialisées. Enfin, on peut mentionner l'exemple de *Christiane Charette en direct* diffusée le même jour en matinée à la SRC et en début de soirée à Télé-Québec, ce qui lui permet d'atteindre des auditoires très différents.

À la réflexion, nous avons décidé de ne pas tenter d'éliminer ces doubles inscriptions puisque du point de vue de chaque diffuseur, elle permet de refléter plus fidèlement sa contribution et que, du point de vue du public, elle permet de prendre en compte les occasions diverses qui lui sont offertes de voir une émission. Le volume global d'émissions consacrées en tout ou en partie à la chanson/musique qu'indiquent les graphes et tableaux du chapitre 3 est donc surévalué au sens où il comprend un certain nombre de duplication.

Année 1997-98

Nous avons demandé aux diffuseurs d'indiquer les émissions qu'ils projettent de présenter d'ici le 31 août 1998. Les grilles de diffusion étant planifiées longtemps à l'avance, cela n'a posé aucun problème pour les séries, les mini-séries et l'immense majorité des émissions uniques.[11] Dans certains cas, notamment à MusiquePlus et à MusiMax, il arrive qu'une émission spéciale présentée à l'occasion du lancement d'un album, par exemple, ne soit planifiée que peu de temps avant sa diffusion. Il se peut donc que la liste des émissions spéciales de 1997-98 ne soit pas tout à fait complète, mais comme il s'agit d'émissions uniques, cette carence n'a pas d'incidence statistique significative sur le portrait d'ensemble.

---

[11] Sauf pour la série estivale La Fureur, pour les raisons déjà mentionnées.

SRC

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 1						
Métropolis	26 x 60 m 26,00 h					
Country Centre-ville		28 x 30 m 14,00 h	27 x 30 m 13,50 h	25 x 30 m 12,50 h		
Faites vos gammes				29 x 60 m 29,00 h	31x60m 31,00h	
Fa Si La Chanter					194x30m 97,00h	
Cadillac Rose					51x30m 25,50h	
Moi ma chanson						26 x 1 min 0,50 h
Total	**26,00 h**	**14,00 h**	**13,50 h**	**41,50 h**	**153,50 h**	**0,50 h**
Catégorie 2						
Les démons du midi	175x60m 175,00h	45 x 60 m 45,00 h				
L'enfer, c'est nous autres	97 x 30 m 48,50 h	80 x 30 m 40,00 h		75 x 30 m 37,50 h	7 x 30 m 3,50 h	
Maritimes en direct	38 x 30 m 19,00 h	9 x 30 m 4,50 h				
Les anges du matin		195 x 60 195,00 h	45 x 60 m 45,00 h			
Les Christine			148x90m 222,00h			
Louvain à la carte			140x60m 140,00h	183x60m 183,00h		
Christiane Charette en direct				257x60m 257,00h	176x60m 176,00h	163x60m 163,00h
L'Écuyer				29 x 60 m 29,00 h	27 x 60 m 27,00 h	17x60m 27,00h
Au-delà des apparences						23x60m 23,00h
Total	**242,50 h**	**284,50 h**	**407,00 h**	**506,50 h**	**206,50 h**	**213,00 h**

Catégorie 3													
Les FrancoFolies de Montréal Les grands moments de la chanson Double étoile Le vent des années 60 Concerts d'été Les grands romantiques Si j'avais les ailes d'un ange			11 x 60 m 3 x 60 m	11,00 h 3,00 h	3 x (var) 12 x 30 m	4,00 h 6,00 h	4 x 60 m 2 x 60 m	4,00 h 2,00 h	11x60m 7x60m	11,00h 7,00h	2 x 60 m 3 x 30 m	2,00 h 1,50 h
Total		**-**		**14,00 h**		**10,00 h**		**6,00 h**		**18,00 h**		**3,50 h**
Catégorie 4												
Festival de Jazz de Montréal La fête du Canada Day/ Le Canada en fête L'empire des futures stars Le festival mondial du folklore Festival international d'été de Québec Festival Franco-Ontarien Spectacle des Fêtes de la Saint-Jean	1 x 90 m 1 x 120 m 1 x 60 m 1 x 60 m 1 x 60 m	1,50 h 2,00 h 1,00 h 1,00 h 1,00 h	1 x 90 m 1 x 90 m 1 x 60 m 1 x 120 m	1,50 h 1,50 h 1,00 h 2,00 h	2 x 60 m 1 x 90 m 1 x 60 m 2 x 60 m 1 x 60 m 1 x 120 m	2,00 h 1,50 h 1,00 h 2,00 h 1,00 h 2,00 h	1 x 90 m 1 x 90 m 1 x 60 m 1 x 60 m	1,50 h 1,50 h 1,00 h 1,00 h	1 x 90 m 1 x 60 m 1 x 60 m 2 x 60 m 1 x 60 m 1 x 120 m	1,50 h 1,00 h 1,00 h 2,00 h 1,00 h 2,00 h	1 x 90 m 1 x 90 m 1 x 90 m 1 x 60 m 1 x 120 m	1,50 h 1,50 h 1,50 h 1,00 h 2,00 h

La Fête de la musique	1 x 120 m	2,00 h										
La nuit sur l'étang	1 x 60 m	1,00 h	1 x 60 m	1,00 h								
L'ADISQ en coulisses	1 x 60 m	1,00 h	1 x 60 m	1,00 h	1 x 60 m	1,00 h	1 x 60 m	1,00 h	1 x 60 m	1,00 h	1 x 30 m	0,50 h
Gala de l'ADISQ	1 x 210 m	3,50 h	1 x 180 m	3,00 h	1 x 180 m	3,00 h	1 x 180 m	3,00 h	1 x 180 m	3,00 h	1 x 180 m	3,00 h
En route vers l'ADISQ									1 x 30 m	0,50 h	1 x 60 m	1,00 h
Francovision			1 x 60 m	1,00 h								
Festival de Lanaudière							2 x 60 m	2,00 h	1 x 60 m	1,00 h		
Cegep en spectacles							1 x 60 m	1,00 h				
Campus en vedettes							1 x 60 m	1,00 h			1 x 60 m	1,00 h
Tous unis contre le Sida							1 x 150 m	2,50 h				
Le Franco-Ontarien avec...									1 x 60 m	1,00 h		
Les FrancoFolies de Montréal									1 x 90 m	1,50 h		
Ballets Jazz de Montréal									1 x 30 m	0,50 h		
Festival international de Jazz de Chicoutimi									1 x 60 m	1,00 h		
27e Congrès des Pierri Cantores											1 x 60 m	1,00 h
Kashtin : le tambour éternel	1 x 60 m	1,00 h										
Rock Voisine au Forum	1 x 90 m	1,50 h										
Hommage à Charles Trenet			1 x 60 m	1,00 h								
Une symphonie au coeur de l'Acadie			1 x 60 m	1,00 h								

Renée Martel : 40 ans de show-bizz		1 x 60 m	1,00 h								
La Fête à Plamondon				1 x 60 m	1,00 h						
Michel Rivard, format familial				1 x 90 m	1,50 h						
Marie Carmen et l'OSQ				1 x 60 m	1,00 h						
Québec sur les ailes d'un ange				1 x 60 m	1,00 h						
Jean-Guy Moreau: de Félix à...				1 x 60 m	1,00 h						
Diane Dufresne				1 x 60 m	1,00 h						
Robert Charlebois : première période						2 x 60 m	2,00 h				
Mon amour de musique						2 x 60 m	2,00 h				
Mozart Plus						1 x 60 m	1,00 h				
La La La Human Steps						1 x 60 m	1,00 h				
Joe						1 x 60 m	1,00 h				
L'antichambre		1 x 30 m	0,50 h			1 x 30 m	0,50 h				
Glenn Gould : Extasis						1 x 60 m	1,00 h				
Les ailes du feu						1 x 30 m	0,50 h				
Ofra Harnoy						1 x 30 m	2,00 h				
Céline Dion						1 x 60 m	1,00 h				
Charles Trenet Show						1 x 60 m	1,00 h				
Rock Voisine Chaud						1 x 90 m	1,50 h	1 x 60 m	1,00 h	1 x 60 m	1,00 h
Reno						1 x 90 m	1,50 h				
Starmania						1 x 60 m	1,00 h				
Chantal Juillet à Saratoga											
De concert pour le Saguenay						1 x 30 m	0,50 h				
Les Planètes				1 x 60 m	1,00 h	1 x 270 m	4,50 h				

Jeux Oubliés				1 x 60 m 1,00 h		
L'Acadie en chantée				1 x 60 m 1,00 h		
Légende de glace				1 x 30 m 0,50 h		
Chaplin et la musique					1 x 60 m 1,00 h	
Isaac Stern en concert					1 x 60 m 1,00 h	
Le sacre du Printemps					1 x 60 m 1,00 h	
Mozart : opéra pour deux					1 x 30 m 0,50 h	
Perdus dans les étoiles					1 x 90 m 1,50 h	
Salut Maestro !					1 x 60 m 1,00 h	
Les sentiers de Pâques					1 x 60 m 1,00 h	
Céline Dion					1 x 120 m 2,00 h	
André-Philippe Gagnon					1 x 60 m 1,00 h	
Concert bénéfice de la Rivière Rouge					1 x 90 m 1,50 h	
La ligue de Faust					1 x 90 m 1,50 h	
Nuits dans les jardins d'Espagne					1 x 30 m 0,50 h	
Sur la route des Cantons					1 x 60 m 1,00 h	
L'Acadie à la belle étoile					1 x 60 m 1,00 h	
La magie du Canada					1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h
Le café des aveugles						1 x 60 m 1,00 h
Satie et Suzanne						
Bons baisers du Canada : un hommage						1 x 60 m 1,00 h

Spectrum en fête La Bottine souriante Notre-Dame de Paris Paul Piché : 20 ans plus tard Que reste-t-il de nos amours ? Soir d'hiver Connaître la suite Deux coeurs une voix Le chant de l'âme Passion Musique Spectacle en Acadie Trois pianos - trois concerts						1 x 60 m 1,00 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 30 m 0,50 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 60 m 1,00 h
Total	**16,50 h**	**16,50 h**	**21,00 h**	**42,50 h**	**35,50 h**	**30,50 h**
GRAND TOTAL	**285,00 h**	**328,50 h**	**451,50 h**	**596,50 h**	**413,50 h**	**247,50 h**

TVA

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 1						
Vidéo Rock Détente	32 x 30 m 16,00 h	30 x 30 m 15,00 h	30 x 30 m 15,00 h	26 x 30 m 13,00 h	26 x 30 m 13,00 h	
Total	**16,00 h**	**15,00 h**	**15,00 h**	**13,00 h**	**13,00 h**	**-**
Catégorie						
Ad Lib Starplus Chabada Le Poing J	154x60m 154,00h	167x60m 167,00h	177x60m 177,00h 39x30m 19,50h	179x60m 179,00h	179x60m 179,00h	135x60m 135,00h 1x90m 1,50h
Total	**154,00 h**	**167,00 h**	**196,50 h**	**179,00 h**	**179,00 h**	**136,50 h**
Catégorie 3						
Tournée Rock le lait Francoolies		3 x (var) 2,50 h 10 x 60 m 10,00 h	5 x (var) 5,50 h	3 x 60 m 3,00 h	8 x (var) 8,50 h	x 60 m 7,00 h
Total	**-**	**12,50 h**	**5,50 h**	**3,00 h**	**8,50 h**	**7,00 h**

Catégorie 4						
Festival de Granby Michel Louvain, je... Le retour de Beau Dommage Studio Rock Détente Beau Dommage au Forum René Simard 25 ans Le pouvoir d'un rêve Spécial Rock Voisine Carmen Campagne: La magie de Noël Céline : Let's talk about love Félix Leclerc, le géant du Québec Helmut Lotti en concert Lynda Lemay en toute intimité Serge Lama et l'OSQ Un peuple qui chante pour le CHUM		1 x 120 m 2,00 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 120 m 2,00 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h 2 x 60 m 2,00 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 120 m 2,00 h
Total	-	**3,00 h**	**4,00 h**	**3,50 h**	**3,50 h**	**10,50 h**
GRAND TOTAL	**170,00 h**	**197,50 h**	**221,00 h**	**198,50 h**	**204,00 h**	**153,50 h**

TQS

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 2						
Et Anthony Sonia Benezra Sonia B... rencontre Besoin d'amour Reddy Reddy Go! Portrait d'artiste L'Heure JMP Francis Flash	65 x 60 m 65,00 h 194x60m 194,00h	185x60m 185,00h	175x60m 175,00h	35 x 60 m 35,00 h 185x30m 92,50h 20x60m 20,00h 185x30m 92,50h	5x30m 2,50h 150x(var)1 43,50h 13x60m 13,00h 20x60m 20,00h 185x30m 92,50h	15 x 30 m 7,50 h 18x90m 27,00h 185x30m 92,50h
Total	**259,00 h**	**185,00 h**	**175,00 h**	**240,00 h**	**271,50 h**	**127,00 h**
Catégorie 3						
Le blues à Francoeur Concert sur scène DuMaurier	12 x 60 m 12,00 h			3 x 60 m 3,00 h	3 x 60 m 3,00 h	
Total	**12,00 h**	-	-	**3,00 h**	**3,00 h**	-
Catégorie 4						
Noël à la Basilique De concert avec le Saguenay				1 x 60 m 1,00 h 1 x 270 m. 4,50 h		

Tous unis contre le Sida 20 ans au Vieux Clocher Chantons Noël Renée Martel Boom Ding Band Noël c'est l'amour				1 x 150 m 2,50 h	2 x 60 m 2,00 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h
Total	-	-	-	**8,00 h**	**3,00 h**	**1,00 h**
GRAND TOTAL	**271,00 h**	**185,00 h**	**175,00 h**	**251,00 h**	**277,50 h**	**128,00 h**

TÉLÉ-QUÉBEC

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 1						
Beau et Chaud	50 x 60 m 50,00 h	55 x 60 m 55,00 h				
Total	**50,00 h**	**55,00 h**	-	-	-	-
Catégorie 2						
Rideau Trois gars un samedi soir Christiane Charette	36 x 30 m 18,00 h	37 x 60 m 37,00 h	26 x 60 m 26,00 h		160x60m 160,00h	160x60m 160,00h
Total	**18,00 h**	**37,00 h**	**26,00 h**	-	**160,00 h**	**160,00 h**
Catégorie 3						
Festival international de *Jazz* de Montréal		14 x 60 m 14,00 h				
Total	-	**14,00 h**	-	-	-	-
Catégorie 4						
Gala Les Prix du Québec Téléthon de la dystrophie musculaire	1 x 120 m 2,00 h 1 x 24 h 24,00 h	1 x 120 m 2,00 h 1 x 24 h 24,00 h	1 x 120 m 2,00 h 1 x 24 h 24,00 h	1 x 90 m 1,50 h 1 x 24 h 24,00 h	1 x 90 m 1,50 h	1 x 150 m 2,50 h

Mexi-Québec Francovision Le Franco présente Luce Dufault Carte Blanche Karen Young Madame La Bolduc Téléthon Retrouvailles La Francofête Carmen Campagne La moustache à papa Carte blanche à François Dompierre Luc de Larochellière Festival de Drummondville Festival d'été de Québec Lucien Francoeur : Exit pour nomades Festival multi-monde Festival autochtone		1 x 60 m 1,00 h 1 x 150 m 2,50 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h	1 x 90 m 1,50 h 1 x 120 m 2,00 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h 1 x 30 m 0,50 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 30 m 0,50 h 1 x 30 m 0,50 h
Total	**26,00 h**	**30,50 h**	**27,00 h**	**30,00 h**	**5,00 h**	**8,00 h**
GRAND TOTAL	**94,00 h**	**136,50 h**	**53,00 h**	**30,00 h**	**165,00 h**	**168,00 h**

MUSIQUEPLUS

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 3						
Rockumentaires	6 x 60 m 6,00 h	6 x 60 m 6,00 h	6 x 60 m 6,00 h			
Concerts divers	8 x 60 m 8,00 h	8 x 60 m 8,00 h	8 x 60 m 8,00 h			
En Ligne			4 x 60 m 4,00 h	1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h	1 x 90 m 1,50 h
Concerts intimes			1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h	2 x 60 m 2,00 h	5 x 60 m 5,00 h
Profil Week-end				7 x (var) 6,50 h		
Total	**14,00 h**	**14,00 h**	**19,00 h**	**8,50 h**	**3,00 h**	**6,50 h**
Catégorie 4						
Marjo : Bohémienne			1 x 60 m 1,00 h			
Franco 94 : Robert Charlebois			1 x 120 m 2,00 h			
Gerry Boulet			1 x 60 m 1,00 h			
Stéphan Eicher à Carcassonne				1 x 60 m 1,00 h		
Dan Bigras : Le retour du Diable Fou				1 x 30 m 0,50 h		
Rudy Caya : Hé Rudy				1 x 30 m 0,50 h		
Robert Charlebois en concert				1 x 60 m 1,00 h		
Richard Séguin : Fragments d'instinct				1 x 60 m 1,00 h		
Le top 10 de la Journée de la francophonie				1 x 60 m 1,00 h		

Daniel Bélanger : L'envers de ses 4 saisons				1 x 60 m	1,00 h		
Kevin Parent : Nouvelles de Gaspésie				1 x 60 m	1,00 h		
Spécial Florent Pagny				1 x 60 m	1,00 h		
Charlebois/ Goldman en concert				1 x 90 m	1,50 h		
Spécial Luc de Larochellière							
Noël He Nous avec Noir Silence						1 x 60 m	1,00 h
Mylène Farmer :XXELLE						1 x 60 m	1,00 h
Martine Saint-Clair : Seulement pour toujours						1 x 30 m	0,50 h
Madame en concert						1 x 60 m	1,00 h
Indochine : comme deux frères						1 x 90 m	1,50 h
Mylène Farmer							
France D'Amour - Le party Francofou							1 x 60 m 1,00 h
Noir Silence : Sans aucun piège							1 x 60 m 1,00 h
Dubmatique :La force de comprendre							1 x 60 m 1,00 h
Québec Rock à Chamonix							1 x 60 m 1,00 h
							1 x 60 m 1,00 h
							1 x 30 m 0,50 h

Okoumé Live à Musique Plus La Gamic, Lili Fatale et Brigitte Pace Live à MusiquePlus						1 x 60 m 1,00 h 1 x 120 m 2,00 h
Total	**-**	**-**	**4,00 h**	**9,50 h**	**5,00 h**	**8,50 h**
GRAND TOTAL	**14,00 h**	**14,00 h**	**23,00 h**	**18,00 h**	**8,00 h**	**15,00 h**

MUSIMAX

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 3	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	
Entrevues avec...						9 x 30 m 4,50 h
Total						**4,50 h**
Catégorie 4	s/o	s/o	s/o	s/o	s/o	
Claude Dubois au Festival d'été de Québec						1 x 60 m 1,00 h
Lynda Lemay : Enchanteresse						1 x 60 m 1,00 h
Fatal Mambo						1 x 60 m 1,00 h
Patrick Norman						1 x 60 m 1,00 h
Isabelle Boulay : États d'amour						1 x 60 m 1,00 h
Paris Pagny						1 x 60 m 1,00 h
Yuri Bonaventura						1 x 60 m 1,00 h
Bashung						1 x 60 m 1,00 h
Faudel						1 x 60 m 1,00 h
Total						**8,00 h**

CANAL D

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 1	s/o	s/o	s/o*			
Ma mère chantait						56 x 5 m 4,50 h
Total						**4,50 h**
Catégorie 2	s/o	s/o	s/o*			
Total						
Catégorie 3	s/o	s/o	s/o*			
Jazz 1995, 96... La mémoire des boîtes à chanson Les oiseaux de nuit				6 x 60 m 6,00 h	12 x 60 m 12,00 h 10 x 60 m 10,00 h	6 x 60 m 6,00 h
Total				**6,00 h**	**22,00 h**	**6,00 h**
Catégorie 4	**s/o**	**s/o**	**s/o***			
Les années guitare Claude Gauthier L'univers classique de Paul McCartney				1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h	1 x 60 m 1,00 h	
Total				**2,50 h**	**1,00 h**	
GRAND TOTAL				**8,50 h**	**23,00 h**	**10,50 h**

TV5

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 1						
Clip Postal		13 x 30 m 6,50 h	20 x 30 m 10,00 h			20x30m 10,00h
Total	-	**6,50 h**	**10,00 h**			**10,00 h**
Catégorie 3						
Coup de coeur francophone Culture Canada Festival Franco-Ontarien FrancoFolies Jazz en folie La télé des FrancoFolies				4 x 30 m 2,00 h 11 x 30 m 5,50 h	6 x 30 m 3,00 h 6 x 30 m 3,00 h 6 x 30 m 3,00 h 5 x 60 m 5,00 h	5 x 60 m 5,00 h
Total	-	-	-	**7,50 h**	**14,00 h**	**5,00 h**
Catégorie 4						
Beau Dommage 95 Claude Dubois Québec salue Brel Concert intime spécial francophone Fête à Jean-Pierre Ferland				1 x 90 m 1,50 h 1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h		1 x 60 m 1,00 h 1 x 90 m 1,50 h
Total	-	-	-	**4,00 h**	-	**2,50 h**
GRAND TOTAL	-	**6,50 h**	**10,00 h**	**11,50 h**	**14,00 h**	**17,50 h**

SUPER ÉCRAN

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 4						
Charlebois : la Maudite tournée		1 x 90 m 1,50 h				
Diane Dufresne : détournement majeur						
Les 20 ans du vieux clocher		1 x 60 m 1,00 h				
Beau Dommage 1995, le concert du Forum			1 x 120 m 2,00 h			
Jean Lapointe, un dernier coup de balai			1 x 90 m 1,50 h			
Rock Voisine Chaud '95			1 x 120 m 2,00 h			
Mario Pelchat : c'est la vie			1 x 90 m 1,50 h			
Eric Lapointe et Ex-Libris en spectacle				1 x 90 m 1,50 h		
André-Philippe Gagnon				1 x 120 m 2,00 h		
Claudine Mercier				1 x 90 m 1,50 h		
Jean-Pierre Ferland : de jour et de nuit				1 x 90 m 1,50 h		
Serge Lama et l'OSQ					1 x 120 m 2,00 h	
Kevin Parent et Marie-Jo						1x120m 2,00h
Thério en spectacle						
Lara Fabian : Pure						1 x 120m 2,00 h
La Diva et le Maestro						1 x 90 m 1,50 h
						1 x 90 m 1,50 h
GRAND TOTAL	**-**	**2,50 h**	**7,00 h**	**6,50 h**	**2,00 h**	**7,00 h**

CANAL INDIGO

TITRES	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Catégorie 4	s/o	s/o	s/o			
Lara Fabian : Pure FEQ / Claude Dubois FEQ/ Luc de Larochellière FEQ/ Jean-Pierre Ferland FEQ/ Éric Lapointe FEQ/ Les meilleurs moments					1 x 90 m 1,50 h 1 x 90 m 1,50 h	1 x 90 m 1,50 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 90 m 1,50 h 1 x 90 m 1,50 h
GRAND TOTAL	**s/o**	**s/o**	**s/o**	-	**3,00 h**	**6,00 h**

ANNEXE 2

DONNÉES CHIFFRÉES
AYANT SERVI À L'ÉLABORATION DES GRAPHES
ILLUSTRANT LE CHAPITRE 3

ÉMISSIONS CONSACRÉES PRINCIPALEMENT OU ACCESSOIREMENT À LA CHANSON/MUSIQUE À LA TÉLÉVISION QUÉBÉCOISE DE LANGUE FRANÇAISE (1992-93 / 1997-98)

Diffuseur	**1992-93**	**1993-94**	**1994-95**	**1995-96**	**1997-07**	**1997-98**
SRC	285,00 h	328,50 h	451,50 h	596,50 h	413,50 h	247,50 h
TVA	170,00 h	197,50 h	221,00 h	198,50 h	204,00 h	153,50 h
TQS	271,00 h	185,00 h	175,00 h	251,00 h	277,50 h	128,00 h
TQc	94,00 h	136,50 h	53,00 h	30,00 h	165,00 h	168,00 h
Sous-total TV hertzienne	**820,00 h**	**847,50 h**	**900,50 h**	**1 076,00 h**	**1 060,00 h**	**697,00 h**
MusiquePlus	14,00 h	14,00 h	23,00 h	18,00 h	8,00 h	15,00 h
MusiMax						12,50 h
Canal D				8,50 h	23,00 h	10,50 h
TV5		6,50 h	10,00 h	11,50 h	14,00 h	17,50 h
Super Écran		2,50 h	7,00 h	6,50 h	2,00 h	7,00 h
Canal Indigo					3,00 h	6,00 h
Sous-total TV spécialisée	**14,00 h**	**23,00 h**	**40,00 h**	**44,50 h**	**50,00 h**	**78,50 h**
TOTAL	**834,00 h**	**870,50 h**	**940,50 h**	**1 120,50 h**	**1 110,00 h**	**775,50 h**

ÉMISSIONS CONSACRÉES *PRINCIPALEMENT* À LA CHANSON/MUSIQUE À LA TÉLÉVISION QUÉBÉCOISE DE LANGUE FRANÇAISE (1992-93 / 1997-98)

Diffuseur	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
SRC	42,50 h	44,00 h	44,50 h	90,00 h	207,00 h	34,50 h
TVA	16,00 h	30,50 h	24,50 h	19,50 h	25,00 h	17,00 h
TQS	12,00 h	-	-	11,00 h	6,00 h	1,00 h
TQc	76,00 h	99,50 h	27,00 h	30,00 h	5,00 h	8,00 h
Sous-total TV hertzienne	**146,50 h**	**174,00 h**	**96,00 h**	**150,50 h**	**243,00 h**	**60,50 h**
MusiquePlus	14,00 h	14,00 h	23,00 h	18,00 h	8,00 h	15,00 h
MusiMax						12,50 h
Canal D				8,50 h	23,00 h	10,50 h
TV5		6,50 h	10,00 h	11,50 h	14,00 h	17,50 h
Super Écran		2,50 h	7,00 h	6,50 h	2,00 h	7,00 h
Canal Indigo					3,00 h	6,00 h
Sous-total TV spécialisée	**14,00 h**	**23,00 h**	**40,00 h**	**44,50 h**	**50,00 h**	**78,50 h**
TOTAL	**160,50 h**	**197,00 h**	**136,00 h**	**195,00 h**	**293,00 h**	**129,00 h**